PODER POLÍTICO
Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

de la representación política
al *reality show*

Colección: *El Estado de la democracia en América Latina*
Dirigida por Bernardo Sorj y Sergio Fausto

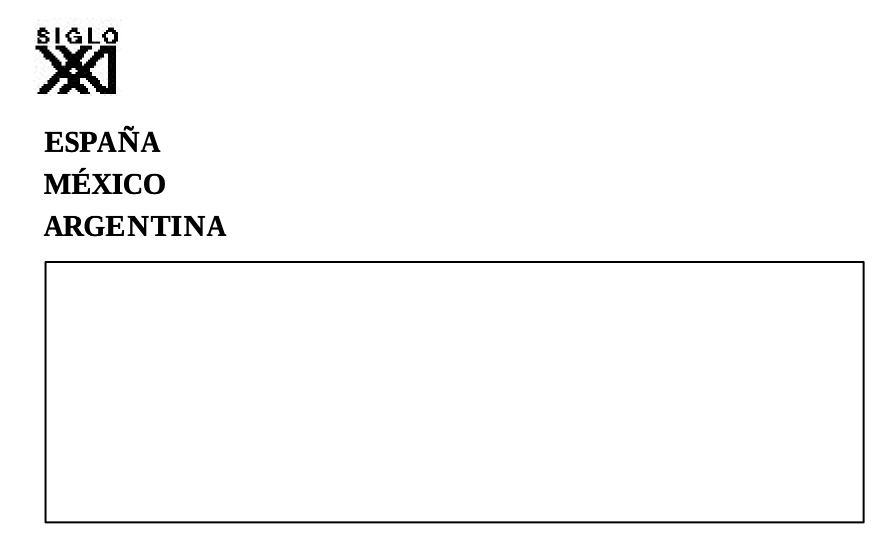
BERNARDO SORJ
(Comp.)

PODER POLÍTICO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

de la representación política al *reality show*







ESPAÑA
MÉXICO
ARGENTINA

Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier procedimiento (ya sea gráfico, electrónico, óptico, químico, mecánico, fotocopia, etc.) y el almacenamiento o transmisión de sus contenidos en soportes magnéticos, sonoros, visuales o de cualquier otro tipo sin permiso expreso del editor.

Primera edición argentina, 2010
© Bernardo Sorj (compilador)
© Centro Edelstein de Pesquisas Sociais/Instituto Fernando Henrique Cardoso

© SIGLO XXI EDITORA IBEROAMERICANA S.A.
Av. Independencia 1860
1225 Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina
Telefax: 4381-5708 / 5878

Diseño de tapa: *Alejandra Cortez*
Diagramación: *Mari Suárez*

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723
Impreso en Argentina / Printed in Argentina

INTRODUCCIÓN

Bernardo Sorj

¿Porqué varios gobiernos latinoamericanos han elegido como su principal enemigo a la prensa? No es porque las relaciones entre el poder político y los medios de comunicación se hayan podido caracterizar, en otros tiempos, como armónicas. Seguramente no lo fueron durante las dictaduras militares que barrieron la región entre los años sesenta a ochenta. Tampoco lo fueron en situaciones en que los gobiernos hicieron avanzar proyectos de reforma social con el apoyo de partidos de izquierda, como por ejemplo, durante las presidencias de Allende en Chile o João Goulart en el Brasil.

Este conflicto, por lo tanto, no es nuevo. Es más: una cierta tensión entre los diversos poderes, formales e informales –y los medios de comunicación indudablemente lo son– es natural y saludable en la democracia. El problema es que en el

momento actual, ésta tensión toma la forma de una confrontación en la cual, varios gobiernos de la región, identifican a los medios de comunicación como el principal enemigo a ser combatido y sofocado.

Las interrogantes que surgen, son por lo tanto: ¿Es válido el argumento de ciertos gobiernos, de que ellos representan al pueblo, en tanto que los medios de comunicación representan a los intereses económicos de los grupos dominantes, ó ésta afirmación esconde otras realidades? , y, ¿la actual confrontación, es una repetición de una vieja tendencia o estamos frente a un fenómeno que, al menos en varios aspectos, presenta nuevas características?

La respuesta a esta pregunta tiene que considerar las diferencias entre los distintos países de la región, pero creemos que es posible distinguir algunos aspectos comunes, que cruzan las diferentes realidades nacionales analizadas en los trabajos presentados en este libro.

En primer lugar, el discurso sobre el poder de los medios es extremadamente impreciso, fundamentalmente porque los medios no constituyen un conjunto homogéneo. Son variados (radios AM y FM, radios comunitarias, periódicos, revistas, televisión, televisión por cable, y cada vez más la Internet y el teléfono celular). Por oto lado, cada segmento está diversificado internamente, con variadas orientaciones políticas y sectores sociales a los cuales se dirige.

Obviamente no se puede desconocer la existencia de grandes grupos empresariales que controlan importantes medios, y que frecuentemente, poseen una amplia gama de ellos. La línea editorial de estos grupos de medios de comunicaciónciertamente

no es ideológicamente neutra ni deja de tomar en cuenta sus propios intereses empresariales. Por otro lado, en muchos casos, es gracias a su solidez económica que éstos medios de comunicación pueden mantener su autonomía frente a las presiones del poder público, cuando empresas menores dependen, para sustentarse, de los gastos de publicidad de organismos gubernamentales o empresas estatales. Esta solidez económica posibilita la profesionalización, la especialización y la práctica de un periodismo de investigación, que no existía en muchos países de la región unas pocas décadas atrás.

En segundo lugar, los medios están sujetos, como toda empresa, a la lógica de la demanda; en otras palabras, debe atraer el interés de los consumidores en un mercado competitivo. Para los medios de comunicación se trata de la lucha por el *rating*. En éste sentido, deben acompañar y satisfacer las preferencias del público. A no ser en regímenes totalitarios, el público de los medios nunca es un actor pasivo, e influye en el tipo de oferta.

En tercer lugar, los gobiernos no son actores pasivos. Todos los medios dependen, en mayor o menor medida, de recursos de publicidad oficial y de organismos para-estatales. Asimismo, las radios y emisoras de TV son concesiones públicas reguladas por el estado y por legislaciones que incluyen leyes relativas a la competencia, y, en muchos países, al ingreso de capital extranjero. La posibilidad de utilizar éstos instrumentos, les otorga a los gobiernos una importante capacidad de coerción, que como veremos más adelante, es actualizada por la entrada de nuevas tecnologías y empresas interesadas en el sector.

En cuarto lugar, si bien aún faltan investigaciones que puedan ofrecer una visión más precisa de los efectos de los medios sobre los lectores/espectadores, la dinámica política indica claramente que están lejos de ser omnipotentes. Como muestran los trabajos aquí presentados, en la mayoría de los países latinoamericanos fueron elegidos presidentes que no contaban con la simpatía de los grandes grupos de comunicación. Como ya mencionamos anteriormente, los medios son múltiples y los círculos sociales de convivencia y afinidad personal, continúan siendo centrales en las opciones personales. Asimismo, la suposición de que los medios tienen un poder absoluto, presupone que los ciudadanos son fácilmente manipulables, y no, como creemos que es el caso, individuos reflexivos que deciden por una variedad de criterios, dentro de los cuales, los medios constituyen una más de las influencias que ellos tamizan y elaboran.

Continúa vigente la interrogante de si los medios realmente se rigen por una agenda de ataque a gobiernos que se autodefinen como populares. Aquí es importante distinguir entre los distintos países de la región, ya que en algunos casos, una prensa de baja calidad se caracterizó por asumir posiciones políticas de confrontación directa con el poder ejecutivo por motivos ideológicos. Pero en la mayoría de los países de la región, lo que se define como periodismo de confrontación, no es otra cosa que un periodismo de investigación denunciando actos de corrupción y abusos de poder. Se trata en realidad, y desde sus orígenes, de una agenda típica del periodismo, asociada a la ética de la profesión periodística, y que moviliza el interés del público en general y de los sectores de

clases medias en particular. Ellos son los principales consumidores de medios impresos, y los que soportan la mayor carga de impuestos, siendo por lo tanto, más sensibles a los privilegios de los políticos y al derroche de recursos públicos.

En las democracias de masas, la existencia de un periodismo libre que critique y denuncie los excesos y actos ilegales del poder público y de sus funcionarios, es una condición básica de transparencia, de control, y de participación ciudadana. América Latina, que vivió bajo dictaduras que sistemáticamente censuraron a los medios de comunicación de masas, debería haber aprendido esta lección.

De este modo, y a pesar de que en ciertos países la calidad del periodismo y la imparcialidad política de los medios de comunicación deje mucho que desear, como lo señala Fernando Ruiz en su artículo, es la tentación autoritaria de políticos y de gobiernos hiper-presidencialistas que no soportan criticas ni controles externos, la que se encuentra al frente de los ataques a los medios de comunicación llevados a cabo en varios países de la región, como muestra Philip Kitzberger en el caso de los llamados regímenes neo-populistas. En el Brasil, el trabajo de Lins y Silva expone otra tendencia tendencia también presente en América latina: la de un poder judicial que se excede en sus funciones, y que se transformó en una fuente de censura, y en un obstáculo para la libertad de prensa.

El tema, siempre relevante, de cómo aumentar la diversidad y la participación ciudadana en los medios de comunicación no se resuelve con la estatización del sector y el amordazamiento de las empresas privadas. También debe haber cuidados respecto a la necesidad de aumentar la participación de

una hipotética sociedad civil, que en realidad se encuentra fragmentada, y que por su propia naturaleza no puede ser “representada”, además de que muchas de sus organizaciones están indirectamente asociadas a grupos en el poder.

De hecho, simultáneamente con el vuelco estatizante de algunos gobiernos, las nuevas tecnologías producen una profunda transformación en sentido inverso de incremento de las formas de comunicación, información y participación ciudadana enormemente en la región. El desafío es cómo aglutinar políticamente estas nuevas formas de participación.

Volvemos entonces a la pregunta de si existe algo novedoso en los ataques a los medios de comunicación, más allá de las conocidas tendencias autoritarias y estatizantes que forman parte de la cultura política de América Latina.

Una hipótesis que quisiéramos arriesgar para ser desarrollada en futuras investigaciones, es que los medios de comunicación están siendo atacados no por su poder sino a causa de su creciente fragilidad. La irrupción de las nuevas tecnologías de la comunicación ha generado una profunda crisis en el sector del periodismo.

Esta crisis se refleja en las nuevas prácticas de la comunicación política, en la estructura de negocios de las empresas, en la transformación del quehacer periodístico, con las nuevas formas de periodismo virtual, y en el surgimiento de nuevos actores interesados en ingresar en el sector.

La transferencia masiva de los lectores de noticias hacia la Internet ha llevado a que el tiraje de la mayoría de los grandes periódicos impresos haya sufrido una persistente caída. De igual manera, los noticieros de la televisión han perdido su

audiencia y/o su peso como fuente de información. Si bien los periódicos hoy son más leídos en la pantalla del ordenador que en el papel, el modelo de generación de recursos se encuentra en crisis, llevando en muchos casos a recortes de personal.

Como indican los trabajos aquí presentados, en varios países de la región, presidentes y asesorías de prensa desarrollaron una estrategia de comunicación política mediante la cual los presidentes y sus asesorías de prensa prácticamente no se dirigen más a los periodistas para comunicar noticias. En el nuevo formato de la comunicación, esta maniobra de elusión, se realiza a través de actos o programas periódicos en los cuales el presidente "habla con el pueblo", siendo éstos transmitidos por cadenas de radio y televisión. Esta estrategia, como muestra el trabajo de Omar Rincón y Ana Lucía Magrini, no es monopolio de una línea ideológica, pues es utilizado tanto por Hugo Chávez en Venezuela como por Álvaro Uribe en Colombia.

El poder siempre se valió de medios simbólicos para construir imágenes de los gobernantes con los cuales el pueblo podía identificarse. Pero el viejo estilo mediático de la celebración del poder, era el de la construcción de imágenes de líderes al mismo tiempo distantes y paternales, diferentes del común de los mortales y por lo tanto caracterizados por un aura singular. Hoy, en una sociedad permeada por valores igualitarios, la comunicación política se transformó en un *reality show*, en el que los gobernantes deben mostrarse iguales al común de la gente, uno igual a ellos. La idea de que los representantes del pueblo son personas con cualidades y educación excep-

cionales, llega a ser despreciada y está condenada al fracaso comunicacional,pues es vista como algo distante y elitista, palabra que pasó a tener solamente connotaciones negativas.

O sea, que más allá del enfrentamiento entre núcleos de poder, el tema de los medios y la política nos trae a una temática de fondo que es la de la transformación, tanto de las relaciones sociales (cada vez más centradas en una cultura igualitaria e individuos con amplio acceso a la información), como la de la representación social (con la colisión entre la concentración de poder y la participación colectiva).

Esta transformación impacta incluso sobre la propia profesión de periodista, la que está siendo redefinida por la creación de sites y blogs, institucionales o personales, sin mencionar los SPAMS, y que convierten a cualquier ciudadano u organización en fuente de noticias. Si bien el periodismo de investigación, asociado a los grandes medios, continúa siendo la principal fuente de “noticias” de amplio impacto social (que los blogueros posteriormente comentan), el sentimiento entre los profesionales de la comunicación es que el periodismo es una profesión en crisis.

Pero quizás el factor central, desde el punto de vista del tema aquí analizado, es que la convergencia de los medios (teléfono, televisión e internet), atrae el interés de nuevos y poderosos actores económicos al área de la producción de contenidos; particularmente a las grandes empresas de comunicación y los grandes portales de internet que pasaron a tener un interés estratégico en la producción de contenidos. En general son empresas económicamente más poderosas que los grupos tradicionales del área de comunicación.

Esta transformación del sistema de los medios de comunicación, exige a su vez, nuevas formas de regulación del sector, lo que ha dado a los gobiernos la posibilidad de intervenir a favor de tal o cual grupo empresarial, colocando una espada de Damocles sobre las empresas del sector, y que puede ser usada por los gobiernos en función de intereses políticos partidarios.

Las nuevas formas de comunicación política y la fragilidad comercial de los medios de comunicación, cuestiona la tesis del poder omnipotente de los medios de comunicación. ¿Porqué entonces el empecinamiento contra éste sector? Aquí, y generalizando nuevamente una realidad que difiere de país en país, resalta el debilitamiento de otros medios tradicionales de articulación de voces de oposición en la región, en particular, de los partidos políticos y los sindicatos. Este contexto, en el que los medios aparecen como los únicos factores capaces de articular críticas al poder público, los convierte en blanco privilegiado de los ataques de los gobiernos con tendencias autoritarias. O sea que, cuando fallan las estructuras de ***mediación*** entre los ciudadanos y el sistema político, se pasa a la ***mediatización*** de estas relaciones. Con distinta intensidad, éste proceso está presente en todas las democracias modernas, transformando la relación con los medios (ocupándolos, neutralizándolos o silenciándolos), en el corazón de la actividad política. Aparecer en los medios pasó inclusive a ser obligatorio tanto para las organizaciones de la sociedad civil como para los grupos de activistas radicales.

Finalmente, no podemos dejar de mencionar dos temas que surgieron en el seminario y que si bien no son el objeto

de este libro, merecen ser mencionados. El primero, es la existencia de medios de comunicación libres de la interferencia de los gobiernos, que son fundamentales para enfrentar regímenes y tendencias autoritarias, pero que al denunciar incesantemente a los políticos por actos de corrupción, pueden llevar a la erosión de los valores democráticos. Aparentemente ésta paradoja se explica por la misma dinámica: el periodismo de investigación, que denuncia la malversación y apropiación privada de recursos públicos, es fundamental para la democracia. Pero el periodismo que sólo se concentra en la denuncia, debilita la imágen de toda autoridad política por la tendencia a la valorización excesiva del escándalo político frente a cualquier otra noticia. Este contexto genera un estado de conflicto, en el cual políticos y los medios de comunicación se deslegitiman mutuamente, cosa que no favorece la consolidación de una cultura de dialogo democrático y respeto por las diferentes esferas de poder.

El segundo tema, sobre el cual esperamos realizar un próximo encuentro y una próxima publicación en esta colección, es el del impacto de los nuevos medios de comunicación en la política. Entendemos que es un campo muy dinámico, en permanente transformación, y que exige investigaciones y un constante acompañamiento que nos permita comprender, qué, cuánto y cómo el mundo virtual afecta al sistema político.

Los trabajos aquí presentados fueron discutidos en el seminario *¿Democracia 2.0?: Nuevos escenarios en la relación entre medios y política en América Latina*, realizado en Buenos Aires el 16 de Octubre de 2009. El seminario fue organizado por

Hernan Galperin, director de la Universidad San Andrés y por Alberto Quevedo, director de FLACSO/Argentina, conjuntamente con Plataforma Democrática. Las mesas contaron con la participación de: Silvio Waisbord, Maria O'Donnell, Carlos Acuña, Lucas Sierra, Eliseo Verón, Miguel Wiñazki , Laura Zommer. Sus comentarios y del público presente fueron integrados por los autores en la versión final de los textos. Un resumen de los debates realizado por Alejandro Alfie y el video del seminario puede ser encontrado en *www.plataformademocratica.org*.

FRONTERAS MÓVILES: CAOS Y CONTROL EN LA RELACIÓN ENTRE MEDIOS Y POLÍTICOS EN AMÉRICA LATINA [1]

Fernando Ruiz

El problema

El conflicto entre los medios de comunicación y el resto de las instituciones políticas es uno de los rasgos más comunes de la accidentada y bicentenaria construcción democrática en América Latina. Hoy, al inicio del nuevo siglo, la agenda de inquietudes para la democracia que provoca esta continua tensión enfrenta dos problemas centrales. *Primero*, la gran

[1] Agradezco los comentarios de Bernardo Sorj que contribuyeron a mejorar este texto.

heterogeneidad de calidad democrática de muchos de los sistemas mediáticos de la región[2]; *segundo*, algunas de las políticas gubernamentales diseñadas (formal o informalmente) para contrarrestar la percibida como excesiva influencia mediática en la vida política. La calidad de la democracia de la región se verá influenciada de distinta forma si este conflicto democratiza o no a los sistemas de medios de la región y mejora su interacción con el resto de las instituciones políticas.

Qué son los medios de comunicación

Para evitar reduccionismos sobre los medios de comunicación proponemos entenderlos como entidades tridimensionales: son, a la vez, una organización (comercial, social o estatal), una comunidad profesional y un actor político. Estas tres dimensiones componen un mix único de presiones, ideales e intereses, que en cada medio de comunicación concreto, en distintas circunstancias, se combinan de diferente manera. Cada medio específico, debería ser analizado en detalle para ver cuál de cada una de esas tres dimensiones es la más influyente en su producto final. Algunos están dirigidos casi completamente como actores políticos, subordinando sus resultados económicos y no dando ninguna autonomía profe-

[2] Por sistema mediático nos referimos al conjunto total de medios de comunicación existentes para cada comunidad y a las condiciones en que producen periodismo.

sional a su redacción; otros son dirigidos puramente como animales de lucro; y otros cuentan con una redacción de periodistas que toma sus decisiones por criterios profesionales. Por supuesto, en la mayoría de los casos, la influencia mezclada es lo más común. Los medios realmente existentes en la región tienen una combinación compleja de esos tres elementos, que van incluso cambiando esa combinación de acuerdo a las circunstancias.

Los medios como actores políticos

La centralidad política de los medios de comunicación es un tema constante y para nada reciente en la construcción democrática. De hecho, el periodismo es una de las pocas industrias privadas, sino la única, que tiene un nivel de protección constitucional, goza de privilegios legales y, muchas veces, también económicos, por la alta valoración institucional que su defensa ha tenido. Incluso es posible incluso que todas las constituciones latinoamericanas del siglo XIX, y muchas del siglo XX, hablen más de la prensa que de los partidos políticos.

La expresión cuarto poder no es del siglo XXI o de la era de los multimedios, sino que es de la Inglaterra del siglo XVIII. En América Latina, desde las primeras repúblicas del siglo diecinueve, tras la era colonial, uno de los debates más persistentes ha sido sobre la legislación referida a la prensa, e innumerables crisis políticas han sido desatadas desde las páginas de los diarios decimonónicos. Igual durante el siglo veinte,

donde grandes crisis históricas han tenido como actores centrales a los medios de comunicación. Por ejemplo, casi siempre los presidentes con una fuerte matriz reformista o revolucionaria (por ejemplo Getulio Vargas, Juan Perón o Salvador Allende) han encontrado en la gran prensa de su época un actor político enemigo. Y esos líderes a su vez intentaron desarrollar medios de comunicación que les sirvieran como herramientas en su batalla política. Hay que remontarse a la etapa colonial para encontrar medios más alejados de la escena política pero su supuesta apoliticidad también es discutible.

Además hay que tener en cuenta que el periodismo latinoamericano tiene un origen histórico más tributario de la escuela periodística de la Europa continental que del mundo anglosajón, y eso tiene implicancias para la relación entre medios y política. A lo largo de su desarrollo histórico el modelo europeo continental tiene una matriz en la que los medios son más comprometidos con los partidos políticos, a diferencia del modelo anglosajón en que esas relaciones partidarias fueron enfriadas durante la segunda mitad del siglo veinte. Ahora esas matrices históricas de alcance global están en un proceso de convergencia con limitaciones, pero la historia es claramente distinta. Esto contribuye a explicar que los medios de América Latina tengan un activismo más explícitamente partisano que el que pueden tener los medios en Estados Unidos.

Por lo tanto, el sistema mediático es uno de los poderes políticos centrales de las poliarquías democráticas latinoamericanas. Nos interesa destacar dos aspectos principales de esa

politicidad son: (1) son *instituciones políticas* y (2) son *formas de representación política*.

(1) Los medios son instituciones políticas

El periodismo es una institución compuesta por un conjunto de medios que comparten pautas de conducta, rutinas, procedimientos informales, y controlan un área social y política, que los lleva a ser, en sociedades abiertas, decisivos para "organizar la esfera pública" (Cook, 1998:86). [3] La gestión de la conversación pública (quién dice qué, cuándo, cómo, y en qué condiciones en los medios de comunicación) es el ámbito principal de acción del periodismo. Y más allá de la diversidad de organizaciones periodísticas, en los países de América Latina existe una coincidencia organizacional importante, definiendo así un campo. Todo actor, institución, organización o individuo, que quiera transitar por la esfera pública, se obliga a interactuar con el periodismo en una relación, nunca estable, de interdependencia fluctuante. En ese proceso quienes se relacionan con el periodismo para acceder a lo público, pueden incorporar valores propios de ese campo mediático.

[3] "Politics –that is, deciding who gets what, when and how for a society –often, but no always, take place through formal organizations and procedures. To the extent that these organizations and procedures become stable, recurring, and valued patterns of behavior, they become political institutions" (Huntington y Dominguez, 1975: 47).

En comparación con lo que ocurre en los sistemas mediáticos de las democracias más avanzadas del mundo, los medios latinoamericanos son más heterogéneos en su calidad profesional. En las zonas de mayor calidad democrática de la región, los estándares profesionales de los periodistas suelen ser más altos, y las prácticas de los directivos de medios más coherentes con aquellos estándares. Pero en otras zonas esos estándares son muy desiguales, y entonces el sistema mediático es menos institucional en el sentido que regula menos el campo. Esto hace, por ejemplo, que un mismo actor político deba interactuar, al mismo tiempo, con medios que tienen altos estándares y con otros que sostienen prácticas muy deficientes. Entonces, las reglas de la conversación pública tienden a ser menos previsibles, más arbitrarias, y se hace más inestable e incierta la relación entre las otras instituciones políticas y la esfera pública. Es claro que en la medida en que existen más directivos de medios y periodistas de "baja calidad" se distorsionan en mayor medida las actuaciones del resto de los actores e instituciones en el espacio público.[4] En cualquier análisis que se realice sobre el campo periodístico en alguna zona de baja calidad democrática se verá como es

[4] De acuerdo con Lawrence Whitehead: "un análisis de 'calidad de la democracia' que haga una interpretación ordenada y comparativa seria de la actuación comunicativa de gobiernos, medios, comités asesores y similares en las nuevas democracias, descubriría, con toda probabilidad, grandes variaciones longitudinales y espaciales así como grandes diferencias entre regiones y estratos sociales" (Whitehead, 2008: 76)

posible que convivan un periodista que tiene altos estándares y está conectado a los cambios de su profesión, y otro periodista que tiene reconocidas prácticas extorsivas hacia sus fuentes o simplemente está a sueldo de ellas. Por el contrario, en las zonas de mayor cultura democrática, es más difícil que los periodistas de “baja calidad” sobrevivan como periodistas o alcancen alguna influencia.

En América Latina se da una bifurcación profesional similar a la bifurcación democrática que existe entre las zonas de mayor (azules) y las de menor (marrones) intensidad de ciudadanía descriptas alguna vez por Guillermo O’Donnell (O’Donnell, 1997). Así como hay, simplificando, una democracia de dos velocidades, también hay un periodismo de dos velocidades. La heterogeneidad del escenario mediático en la inmensa mayoría de los países de la región hace que, en muchas zonas, la corrupción, el chantaje, la desinformación, los consensos negativos, una censura estructural sobre los asuntos públicos, genere una conversación pública de muy baja calidad, afectando sin duda también, en última instancia, la calidad de la gestión gubernamental. Siempre, y en todos los países, la profesión periodística ha tenido fronteras más borrosas que otras profesiones, pero en América Latina esa heterogeneidad es agravada. En varios lugares de América Latina existe un periodismo sin periodistas, donde ninguno de los comunicadores existentes sería aceptado en el campo profesional de acuerdo a estándares mínimos, ni él mismo quizás se sentiría parte de esa identidad profesional. En esos lugares, el periodismo es parte de la conversación social sin ninguna cualificación profesional. En general, es posible correla-

cionar la calidad democrática de una zona con la calidad de su debate público y del periodismo. También las audiencias suelen tener definiciones borrosas de lo que es periodismo, y consumen cultura popular y periodismo muchas veces en forma indistinta. Ahora además se suma la aceleración de la revolución en la tecnología de las comunicaciones que incorpora nuevos comunicadores que se autotitulan periodistas pero que no son siempre reconocidos como tales por las autoridades profesionales.

Con estas particularidades propias, el periodismo constituye una institución política, por lo menos, desde el inicio de la vida republicana en la región hace alrededor de doscientos años.

(2) Los medios son formas de representación política

En la política, para obtener la legitimidad hay que *comunicar* la representación. Esto implica que los medios de comunicación están desde su origen en el corazón de la actividad política, y no hay forma de entender esta sin analizar los modos y las formas de comunicación de cada época.

Pero los medios no son solo un mecanismo que usan terceros para alcanzar la representación, sino que también son potencialmente representativos en sí. Los propios medios han incluido esa pretensión de representación directa en su discurso histórico, como se refleja en nombres habituales como “la voz del pueblo”, “la voz del interior”, “el censor” o “el tribuno”, o eslóganes comunes como “firme junto el pue-

blo". De esta forma, desde el origen de la historia democrática moderna, los medios integraron ese manojo de instituciones que brinda el servicio político de representar ciudadanos.

El concepto de representación política ha sido líquido en la historia y lo sigue siendo en la actualidad. Es un *déjà vu* en la historia que surjan momentos en los cuales se cree vivir el agotamiento del modelo de representación política. Las demandas sociales parecen menos homogéneas y eso debilita a los actores que funcionan como agregadores de intereses. La complejización social lógicamente también complejiza la representación política. Las sucesivas crisis de representación van produciendo reacomodamientos entre estas instituciones, incluso entre las más formales. En algunos momentos hubo peligrosas ráfagas ideológicas que promovían la presencia en el estado de corporaciones para "mejorar" el proceso de representación. De hecho, muchas dictaduras en la región se han presentado con el objetivo de "modernizar" las formas de representación política frente a supuestas "crisis de representación". También hubo intentos de representación neocorporativas y, en forma cíclica, surgen "nuevos movimientos sociales" que renuevan ese equilibrio entre los actores de la representación política.

Instituciones de la representación como el congreso o el poder ejecutivo, ambos elegidos por el voto popular, también tuvieron sucesivos realineamientos, donde el poder ejecutivo ganó en muchos países espacio frente a los congresos. Por ejemplo, las democracias delegativas, descriptas para algunos países por O'Donnell a principios de los años noventa, retratan esta reasignación de la representación política en benefi-

cio de los presidentes y en contra de los parlamentos (O'Donnell, 1992).

En el régimen democrático la representación política no ha sido nunca un monopolio de los poderes electos, ni las elecciones han agotado las formas de representación. Legisladores, partidos y presidentes son el núcleo central de la representación democrática pero es también condición democrática que no tengan ese monopolio. De hecho, en el origen de la democracia moderna al surgir los parlamentos, surgía a su vez la prensa como instancia crítica de los parlamentos. Es decir, se puede decir que simultáneamente las nuevas democracias parían a sus representantes formales y a su vez a los que iban a vigilar a esos representantes. Así quedó instituido como uno de los ejes del régimen político una competencia por la representación entre varias instituciones. Si en el imaginario está instalado que una sesión parlamentaria es un pueblo deliberando, los periodistas en el palco parlamentario simbolizan la imagen de un pueblo controlando.

En la arquitectura real, más que en la teórica, del origen de la democracia moderna, el periodismo es una extra-institución o institución de última instancia que funciona por fuera de las otras para ofrecer posibilidades finales de expresión frente a los poderes constituidos. Por eso, las "víctimas" del régimen político saben que la mesa de entradas para presionar al estado está en la calle y en los medios, y allí deben estar en forma sostenida para lograr satisfacer su reclamo. Decir que los representantes electos por el voto agotan la representación política es pedir a los representados que deleguen su autonomía entre elección y elección, o reducir su expresión a

los mecanismos formales contenidos en la institución parlamentaria. Un parlamento que monopolizara la representación política sería una institución que pone un cerrojo a la deliberación pública más allá de sus paredes.

La práctica histórica de las democracias latinoamericanas ha sido un rico escenario de nuevas y viejas formas de representación. Por ejemplo, la historiadora Hilda Sábato hizo un interesante retrato de la política en Buenos Aires a fines del siglo XIX donde se retratan formas mediáticas y otras de manifestar las preferencias ciudadanas, que incluye pero no se agota en las instancias electorales de participación (Sábato, 2005).

La representación política de los medios no está formalizada, como puede ser la de un legislador o un presidente votados en las urnas, pero no es menos real. De hecho, un ciudadano o incluso un sector social puede sentirse más representado por un medio de comunicación que por un representante al que formalmente votó. Los medios pueden ser tan eficaces como el parlamento para promover la deliberación sobre asuntos públicos, y tan eficaces como los partidos para promover candidatos y una agenda determinada. ¿Cuál fue el partido de derecha más eficaz y persistente en Chile, UDI y Renovación Nacional, o el diario *El Mercurio*? ¿Cuál fue el partido de izquierda más eficaz en Argentina desde hace veinte años, el Partido Socialista o el diario *Página 12*? Por lo tanto, es lógico que los ciudadanos, actores organizados, y los propios medios, usen esos 'poderes especiales' para manifestar sus preferencias en el espacio público.

La historia parlamentaria y de los partidos políticos exhibe cómo se han ido adaptando para ajustar su capacidad de

representación. Parlamentos y partidos han ido transformando su relación con los medios para facilitar esa vital comunicación de la representación. Desde aquellos días en que los periodistas estaban prohibidos en los palcos parlamentarios, hasta ahora donde los legisladores son solamente tolerados en los estudios de televisión si pueden expresar sus ideas en menos de treinta segundos.

Las cargas de la historia del sistema mediático

Para entender el tipo específico de interrelación entre el sistema mediático y político en América Latina, es necesario analizar tres condicionantes históricas decisivas: la lenta y ciclotímica construcción democrática, la baja calidad estatal y la dificultad en consolidar un orden económico estable.

(1) *Democracia*. La dificultad de consolidar un régimen democrático en la región condicionó severamente el desarrollo del sistema de medios y de sus prácticas. El desarrollo de los medios y el periodismo son siempre, en toda época y lugar, dependientes de la calidad del régimen político. Llevamos dos siglos republicanos y recién ahora se puede hablar de regímenes democráticos en casi todos los países de la región, aunque no sin amenazas. Y la continua interrupción de las experiencias democráticas fue también una continua interrupción del desarrollo del periodismo. La larga familia de regímenes autoritarios que ha poblado la región desarrolló innumerables métodos de control, cooptación, represión y

degradación de los medios de comunicación y de la profesión periodística, generando un proceso de selección negativa, donde se fortalecían los medios más funcionales a los autoritarismos. Tras cada una de esas experiencias, se iniciaban procesos de reconversión del sistema mediático, con viejos y nuevos actores, que al poco tiempo podían volver a sucumbir frente a una nueva experiencia autoritaria. En algunos países las dictaduras fueron más frecuentes que en otros, pero ninguno dejó de caer en alguna. Desde este punto de vista, la primera década del siglo es auspiciosa si contabilizamos que un solo gobierno de la región no ha sido electo por el voto libre del pueblo (Cuba).

(2*) Estado*. La dificultad de consolidar un Estado –sobre todo entendido como burocracia-organizativa y como sistema legal– que tenga la calidad democrática fue otra gran carga para el desarrollo periodístico (O'Donnell, 2007: 28). Como dice Waisbord "el periodismo democrático, independientemente de sus particularidades, no es viable mientras que los estados no sean capaces de satisfacer algunas de sus obligaciones claves" (Waisbord, 2009: 204). Las falencias más concretas que provocó y sigue provocando la baja calidad estatal sobre la configuración del sistema mediáticos son:

(a) *Como garante de derechos básicos*. La baja capacidad estatal de asegurar la seguridad y garantías ciudadanas afecta la labor del periodismo (Ruiz, 2009). Los medios de comunicación reciben toda clase de agresiones en sociedades donde el Estado es incapaz de minimizar la resolución violenta de los conflictos. De hecho, el

Estado es a veces el principal agresor dado que en los diferentes monitoreos de agresiones a los periodistas en la región aparecen los funcionarios políticos (sobre todo en el nivel municipal) y los integrantes de fuerzas militares y de seguridad encabezando los rankings de agresores.[5] El enorme crecimiento de la sociedad incivil en los últimos años en varias sociedades latinoamericanas ha condicionado notablemente la labor de los medios de comunicación. Esto ocurre con menos intensidad en los principales centros urbanos de la región, pero es frecuente en los suburbios de esos centros y en las áreas interiores del país, que podrían coincidir con las llamadas zonas marrones, esto es, de espacios con baja presencia de las instituciones responsables por la ley y el orden (O'Donnell; 1997). La baja cultura de la legalidad existente en la región, que es una dimensión también estatal de la crisis, afecta por lo tanto el desarrollo democrático de los medios de comunicación.

[5] Por ejemplo, en el análisis que la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) realiza de la impunidad en los crímenes contra periodistas en Brasil, se describen numerosos casos en los que los autores intelectuales de los crímenes fueron políticos y los autores materiales fueron policías o militares. De un total de dieciséis crímenes relevados por los funcionarios de la SIP, en diez casos hay responsabilidad criminal de funcionarios estatales (sean políticos, policías o militares), en un caso hay sicarios comprometidos y, en las otras cinco restantes, la investigación no llegó a ningún resultado (SIP, 2007). Por lo tanto, el Estado no solo no garantiza la seguridad para ejercer el periodismo, como dice la letra de la ley, sino que desde allí provienen muchas de las agresiones.

(b) *Como regulador del sistema mediático*. Un Estado de baja calidad no regula en forma eficiente y transparente al sistema de medios. Los funcionarios y las agencias encargadas de supervisar, por ejemplo, licencias de medios audiovisuales, o cuestiones impositivas, crediticias o arancelarias en los medios escritos, suelen decidir con un alto margen de arbitrariedad estatal. En América Latina, por ejemplo, los canales de televisión siempre ha tendido a tener menos autonomía política que la prensa escrita porque esta no ha dependido del sistema de licencias. Un Estado de baja calidad es fácilmente colonizable por los intereses privados o por funcionarios corruptos. Esa arbitrariedad estatal de última instancia condicionó el desarrollo periodístico y también contribuyó, como las dictaduras, a la selección negativa en cuanto a quiénes pueden ser los principales actores mediáticos de una comunidad. Los mecanismos extorsivos o de pago de favores están instalados en el centro de un Estado que regula en función de intereses particulares y no del bien público. Finalmente una gran parte del universo de radio y canales está inmerso en un estado de semilegalidad.

(c) *Como gestionador de medios*. Con pocas excepciones los estados latinoamericanos gestionan en forma deficiente y poco democrática los medios de comunicación de propiedad estatal, de la misma forma que tienen dificultades para gestionar otras actividades a cargo del

aparato estatal. Los canales, radios y, en menores casos, la prensa escrita, a cargo de funcionarios estatales suele reproducir las perversiones propias de una gestión estatal cooptada por intereses particulares o por políticos y funcionarios sectarios. En la región estamos aún lejos de los modelos avanzados de medios públicos europeos o de América del Norte, aunque hay algunos países que ya empiezan a tener experiencias positivas en ese campo. Pero en la mayoría de los países todavía los medios estatales no alcanzan la calificación de medios públicos que sirvan como ejemplo de pluralismo para los demás medios, de incentivo a la crítica y a la producción periodística de calidad. Un ejemplo positivo es TVN en Chile.

(3) *Orden económico.* Una economía estado-céntrica combinada con un Estado de baja calidad institucional afectó el desarrollo económico del sistema mediático. La dificultad para desarrollarse de un sector privado pujante y autónomo de la influencia estatal contribuyó a que el Estado se convierta en el actor principal del cual depende, esencialmente, la existencia del medio. Hay muchas zonas de América Latina en las que si el Estado sacara de un día para el otro los fondos que deriva hacia los medios de comunicación casi todos o todos sucumbirían. Por supuesto, las negociaciones muchas veces espurias, opacas y arbitrarias entre directivos de los medios, periodistas y el poder político, fueron y son una de las trabas principales a la democratización del sistema mediático. El problema no es que sea una matriz económica estado-céntri-

ca, pues hay países de la Europa continental que han tenido estados muy activos en la economía. Pero al tener la economía centrada en un Estado de baja calidad institucional se agrava la arbitrariedad tanto de los funcionarios públicos como de los privados en la colonización de áreas estatales. Esto se agrava en el nivel local, en las zonas interiores de cada país, en los espacios tugurizados de las megalópolis, y hace que la mayoría de los medios, en estos lugares, sean tan estado-dependientes que prácticamente no produzcan periodismo, y en algunos casos hasta se puede hablar de periodismo sin periodistas. A medida que se va descendiendo en la calidad democrática, se agrava la presencia estatal como clientelizador de medios, siendo un factor esencial de esa dependencia la casi total ausencia de un sector de economía privada que no sea dependiente del Estado (Hallin y Papathanassopoulos, 2002).

Estos tres condicionantes históricos, que están imbricados, han incentivado en América Latina cierta selección negativa que contribuye a explicar la configuración actual de medios de la región y su particular ubicación en el sistema político.

La percepción dominante actual sobre la influencia mediática

La ola democrática de los ochenta y noventa en América Latina ha coincidido con la percepción creciente de que la influencia de los medios de comunicación se ha desbordado,

superando o igualando en influencia a instituciones como los parlamentos, poderes judiciales, partidos políticos e incluso a los gobiernos popularmente electos. “Los medios cobran una importancia política que no tenían”, escribió Alain Touraine en 1995 (Touraine, 1995: 221) y algo similar dicen hoy prácticamente todos los presidentes de América Latina. Por ejemplo, Cristina Fernández de Kirchner expresó: “Hoy me atrevería a decir que de aquel cuarto lugar han pasado a ser el primero o el segundo” (11/2/2009).

En Argentina, la percepción de las elites es similar a la de sus líderes políticos. En un estudio de líderes de opinión, realizado por la consultora Poliarquía y difundido en octubre del 2008 (Poliarquía, 2008), los “periodistas” aparecen en el tercer lugar de la “influencia en el diseño e implementación de políticas públicas” después de “sindicalistas” y “funcionarios públicos”, y tres puestos antes que los “legisladores”. En una visión regional, Corredor señaló que, “a finales de los ochenta y durante los noventa”, se produjo “el exponencial crecimiento del poder de los medios en nuestros países (lo que) ha convertido el paradigma mediático en el paradigma dominante” (Corredor, 2005: 59). Y, para toda la región, el informe sobre la democracia en América Latina del PNUD es representativo de esta percepción. Allí se describe un escenario donde “poderes fácticos” condicionan al “poder de las instituciones políticas” y, más específicamente, de los “poderes constitucionales” (PNUD, 2004: 160-164). El estudio llega a afirmar que los “los tres riesgos principales que podrían amenazar el buen funcionamiento del orden democrático” son las dis-

tintas formas de poder económico, "la amenaza del narcotráfico" y "los medios de comunicación" (PNUD, 2004: 161).

En un libro posterior, también editado por el PNUD, Manuel Antonio Garretón escribió que "el manejo efectivo del poder y del Estado parece escaparse de las manos de los partidos y quedan entregados a los poderes fácticos de los medios de comunicación, las transnacionales o la tecnoburocracia estatal" (Garretón, 2004: 388). Uno de los principales responsables de ese informe, Dante Caputo, expresó que "la percepción (es) de que el poder está en otro lado y parte de ese otro lado son los medios de comunicación que teóricamente en esta visión impiden al Estado ejercer el pleno poder de transformación que deberían tener", y señaló que "es uno de los temas donde probablemente se juegue en gran medida (…) el futuro de la democracia" (Caputo, 2005).

La historia de la teoría de la comunicación ha recorrido el siglo veinte viajando desde los efectos poderosos de los medios hacia los efectos mínimos, mientras que la teoría política parece haber recorrido el camino inverso. De alguna forma, la percepción de que los medios tienen mucho poder sobre las personas está basada en una opinión poco positiva del ciudadano. Como sea, durante muchos años los politólogos tendieron a ignorar la dimensión política de los medios y ahora la sobrevaloran. Lo bueno de esta oleada de sobre-atención es que genera un caudal de investigaciones que ayudará a entender mejor la dimensión mediática de la política y la dimensión política de los medios.

Cómo llegamos a esta percepción dominante

Lo distinto de América Latina en relación a otras zonas del mundo, es que el rotundo proceso de democratización política que se produjo en el continente durante los ochenta, impulsó un crecimiento enorme de la libertad de emisión en el mismo momento en que los medios estaban embarcados en un fenomenal cambio tecnológico. Es decir, la multiplicación de la capacidad de emisión y recepción coincidió con un enorme crecimiento de la libertad de emisión. En otras regiones, la revolución tecnológica en los medios comenzó a producirse sobre una historia ya asentada de libertad de emisión, mientras que en América Latina fue un proceso simultáneo (Ruiz y Waisbord, 2004: 362). Cuando ingresaba la democracia a la mayoría de nuestros países, los medios estaban en un proceso de transformación y crecimiento, que todavía está lejos de terminar. Como se escribió hace ya quince años "en la pérdida década de los ochenta, una de las pocas industrias que creció en América Latina, la única donde se realizaron grandes inversiones, fue la de la comunicación" (Martín-Barbero, 1994). Otro investigador señaló sobre la misma tendencia: "la única línea que crece es el número de televisores por cada mil habitantes; creció un 40 %, mientras que los salarios cayeron en casi 40 %" (Borón, 1996: 79). Los efectos de esta coincidencia histórica pueden ayudar a explicar la conmoción que produjeron los medios en algunos actores políticos y sociales. La nueva democracia política coincidió con la generalización de la televisión como articuladora de un espacio público nacional (Protzel, 2005: 111). Los actores mediá-

ticos del espacio audiovisual se apropiaron de mayor autonomía aprovechando los nuevos vientos democráticos, a lo que se sumó además una explosión de medios. Entre estos, un fenómeno muy notable fue el surgimiento de un imparable movimiento de radios locales de pequeño alcance –en lo que sería un antecedente de la actual blogosfera– que constituyeron una nueva red de medios más cercanos y permeables a la conversación social.

También ese desarrollo del universo mediático coincidió posteriormente con la ola del neoliberalismo económico y por lo tanto muchos observadores no separan hoy entre el auge de los medios de comunicación y esa ideología. Un intelectual kirchnerista no duda en trazar esa relación, que es muy habitual escuchar en la región. Dice Ricardo Forster, del grupo Carta Abierta: "Yo creo que el neoliberalismo es una revolución cultural imposible de realizar sin el poder clave de la industria del espectáculo y de la comunicación, y lo que podríamos llamar los conglomerados mediáticos más poderosos. Es imposible la transformación de mentalidades, de construcción de sentido de organización de las expectativas de los individuos en la sociedad de masas sin el papel clave de los medios de comunicación" (*Perfil*, 1/3/2009). Se habla entonces de una mercantilización de la información donde se subordinaría el ciudadano a la categoría de consumidor, y eso llevaría a un proceso de despolitización, en especial de los sectores populares.

Esta percepción de un sistema mediático muy poderoso que tiene efectos perversos sobre la política se puede analizar desagregándola de la siguiente forma: los *políticos profesionales*

tienen mala imagen, las *identidades políticas* son más débiles, los *partidos políticos* perdieron funciones, los *congresos* tienen menor centralidad en el poder, y los *gobiernos* son menos gobiernos. Veamos en qué forma los medios incidirían en cada uno de estas caras de la degradación de la política democrática:

(a) *Mala imagen de la actividad política*. Los medios son acusados de generar una cultura de la anti-política y promover una sociedad de consumo que vacía de sentido colectivo a la vida en comunidad. "En la televisión se habla con mucha más frecuencia de detergentes o pastas alimenticias que de escuelas, hospitales o personas dependientes, lo que provoca el retroceso de los debates políticos", se escribió en la mitad de los noventa (Touraine, 1994: 198). Este es uno de los lugares comunes de la bibliografía en América Latina: el malestar hacia la política promovida por los medios de comunicación (Mauro Porto, 2000; De la Torre and Conaghan, 2009: 339-340). Ese debate es similar al existente en las democracias más desarrolladas sobre la llamada llamada *media malaise* (Sartori, 1992; Patterson, 1993; Putnam, 2000; Norris, 2000). Los medios de comunicación habrían ido vaciando de sustancia a la vida política, al ir limando su dimensión racional y letrada a favor de una política-espectáculo, puramente formalista, emocional, donde reina la imagen. Cerbino y Ramos agregan la "deshistorización", la "diferenciación moralizante entre lo normal y lo anormal", y "criterios de noticiabilidad ligados a la novedad, singularidad y exoticidad de los acontecimientos", y así "los medios masivos han contribuido a instalar un conjunto de concepciones de lo político en los cuáles las con-

frontaciones ideológicas, los proyectos colectivos y los procesos de movilización y organización comunitaria desaparecen –o se desdibujan– en la escena política representada por ellos" (Cerbino y Ramos, 2009: 47). Y esta representación mediática negativa de la política se agravaría cuando los políticos se presentan con un discurso revolucionario. Los gobiernos, partidos y movimientos con un sesgo reformista o revolucionario de izquierda señalan a los medios como integrados al bloque derechista de la sociedad y, por lo tanto, con todo derecho, los tratan como rivales políticos.

Pero esas características están asociadas a la política desde siempre y es difícil en América Latina o en cualquier otro lado del mundo no asociar esos adjetivos a la política, desde Ramses II hasta la era de Barack Obama. Por otro lado, la personalización, emocionalización y espectacularización pueden ser presentadas también como mecanismos para vincular a los ciudadanos con la política, y no para lo contrario, a través del intento de que las audiencias miren a la democracia sin pasar de largo. Desde los medios se suele responder que defienden a la política de los propios políticos profesionales. El diario *El Comercio* de Quito responde, por ejemplo, diciendo: "Cómo no va a ser perversa la prensa cuando le toca denunciar los abusos del poder, las majaderías de los políticos, el tráfico de influencias, los abusos del ñaño, de la ñaña, del primo o del cuñado" (10/2/2009). Pero desde la política, se señala que el cuestionamiento mediático es tan generalizado y maniqueo que la política como actividad queda desprestigiada, más allá de los casos particulares de corrupción e ineficiencia reconocida.

Los medios de comunicación son una de las principales usinas de construcción de representaciones de la realidad política. Toman situaciones complejas y ofrecen signos, palabras e imágenes simplificadas que terminan proponiendo sentidos. Pero los actores sociales y políticos también producen y distribuyen representaciones sociales sobre la política, y no solo los medios. De hecho, por ejemplo en campañas electorales, los candidatos políticos, en su necesidad de diferenciarse, ponen una enorme dedicación en representar a la política como algo negativo que ellos se comprometen a cambiar si reciben el voto. Es probablemente tan cierta la poca discriminación de los medios en su crítica a la política y a las instituciones, como la propia responsabilidad de los políticos en la difusión de esa misma representación negativa.

Así como las instituciones propiamente políticas como los partidos no tienen el monopolio de la representación política, las instituciones propiamente mediáticas tampoco tienen el monopolio en la creación y circulación de las representaciones sociales. Ni el espacio político es una zona exclusiva de los políticos, ni el mediático lo es de los medios.

(b) *Partidos*. En América Latina el llamado declive de los partidos políticos coincide con el proceso ascendente de los medios de comunicación. En la medida en que aumenta la proporción de ciudadanos menos identificados con organizaciones partidarias, pareciera crecer sobre ellos la influencia de los medios de comunicación. En los países que sufrieron dictaduras en los sesenta y los setenta, durante los ochenta los partidos políticos comenzaron a reconstruir sus tejidos socia-

les en el mismo momento en que la televisión se nacionalizaba, adquiría mayor autonomía política y se fortalecía como nunca. Los partidos como medios de comunicación eran desafiados frontalmente por la televisión y otras formas de representación de la opinión pública. El debilitamiento de las identidades políticas sumaría poder a los medios de comunicación y lo restaría a los partidos políticos, cuya capacidad de contención por eso estaría en retroceso. Las funciones clásicas de los partidos aparecen desafiadas severamente por los medios. Por ejemplo, el liderazgo de la oposición, la mediación y agregación de intereses, la nominación de los candidatos, el control de la campaña electoral, o la capacidad de definición de la agenda pública, eran funciones que en los sesenta y setenta los partidos creían dominar casi sin competencia (Filgueira y Nohlen, 1994). Ahora, esas funciones están seriamente disputadas. Por ejemplo, son innumerables los candidatos que declaran después de una elección que su principal rival ha sido “la prensa”; o los gobiernos que mencionan a la prensa como su principal oposición; y también el continuo surgimiento de los llamados “candidatos mediáticos”.

De todas formas, las situaciones políticas actuales en cada país tienen más raíces partidarias que las que reconoce el análisis que se suele hacer. La mayoría de los presidentes proviene de troncos partidarios fuertes. El poder político en la región lo ostentan organizaciones políticas arraigadas, y nada virtuales, como el peronismo en Argentina, la Alianza Popular Revolucionaria Americana (APRA) en Perú, el socialismo y la democracia cristiana en Chile, el Partido Acción Nacional (PAN) en México, el Partido Liberación Nacional (PLN)

en Costa Rica, el Farabundo Martí de Liberación Nacional (FMLN) en El Salvador, el sandinismo en Nicaragua, el Partido de los Trabajadores (PT) en Brasil, el Frente Amplio en Uruguay, o el Movimiento al Socialismo (MAS) en Bolivia. En América Latina no gobiernan los sets de televisión, sino partidos fuertes y con gran arraigo social. Esto demuestra que estos son instrumentos políticos reales y no virtuales. Además, varios de los actuales presidentes han ganado sus primeros mandatos o reelecciones haciendo campaña contra los medios. Evo Morales, Lula, Fernández de Kirchner, Ortega, Mauricio Funes, Chávez, Bachelet o Tabaré Vázquez vencieron frente al supuestamente invencible poder de fijación de agenda y representaciones sociales de la tradicional gran prensa. La interesante cantidad de estudios sobre coberturas electorales en las últimas elecciones latinoamericanas –a veces realizados con financiamiento de observadores internacionales– ofrecen pruebas empíricas para relativizar el supuestamente omnipresente poder mediático.

(c) *Los parlamentos.* Los medios habrían restado centralidad al Congreso, al reemplazarlo como arena principal del debate. Ni las sesiones parlamentarias ni el trabajo en comisiones parecen despertar el mismo interés que en otras épocas. Los legisladores apuntan a que esa deslocalización los ha sacado de la agenda pública. En algunos países de la región, los parlamentos –así como los partidos– sobreviven mejor pero hay un general desplazamiento de su lugar en el escenario político. Los medios son el escenario principal. Asumir una banca o un escaño por el voto popular aparece como la pri-

mera fase para alcanzar la representación real, pero es insuficiente. Es en la medida en que ese legislador es capaz de *comunicar* su representación a través de los medios que se instala eficazmente como un representante "verdadero". Así los legisladores se vuelven más dependientes de los medios para poder comunicar su representación formalizada por el voto y de esa forma hacerla más real. Aquí la competencia por la representación es más fuerte. Entre legisladores y periodistas se produce la lucha por quién es más representante del pueblo. Por otro lado, la lógica mediática imprime una velocidad y un personalismo a los acontecimientos políticos que hace difícil a un cuerpo colegiado tan complejo poder cumplir con esas reglas del juego de la visibilidad pública y, entonces, una creciente opacidad parece cubrir las actividades parlamentarias. Para peor, a los propios parlamentos les cuesta elaborar políticas institucionales de comunicación que los visibilicen (Ruiz, 2000). Esto mismo suele ocurrir también con los diferentes cuerpos legislativos locales.

(d) *Los gobiernos.* Tal como expresó el PNUD en su informe del 2004 y también se sugirió en algunas de las colaboraciones en un nuevo estudio colectivo difundido en el 2008 (PNUD, 2008), se trata de discutir y entender "el escaso poder que en América Latina tienen los gobiernos democráticamente electos y, en general, los Estados, para avanzar en la democratización de sus respectivos países" (O'Donnell, 2008: 32). Frente a ese problema, O'Donnell marca un campo de batalla clave: "Quién maneja la agenda (qué se va a discutir, por quiénes y en qué términos) ya casi ha ganado la partida"

(O'Donnell, 2008: 37).[6] Con pocas excepciones, los argumentos de los actores políticos y del mundo académico se agolpan para incorporar a los medios como responsables, al menos parciales, de ese vaciamiento de poder democrático. Los gobiernos suelen percibir a la prensa como uno de sus principales focos opositores sino el principal. "La oposición en el Perú son los periódicos, y está bien", comentó Alan García, precisamente al principal periódico del país, *El Comercio* (11/5/2008); el presidente Correa señaló que los medios son "el primer obstáculo para lograr los cambios en América" (20/2/2009); la ministra del Interior de Tabaré Vázquez, Daisy Tourné, cuestionó a los medios su "desesperación por la polémica" (12/2/2009); Cristina Fernández se refirió a la "obsesión planificada (de los medios) para quebrar la esperanza" (16/2/2009); y también Alan García se preguntó, frente a críticas periodísticas, "cual es el fatalismo masoquista que enferma tantas mentes, los pájaros de mal agüero que quieren que los peruanos nos sintamos mal todo el tiempo" (23/10/2007). Los medios se convirtieron en una "restricción al proceso democrático", según el representativo informe del PNUD, dado que "tienen capacidad de generar agenda, de predisponer a la opinión pública a favor o en contra de diferentes iniciativas y de erosionar la imagen de figuras públicas mediante la mani-

[6] La discusión sobre quién tiene el poder de fijar agenda es muy discutido en la bibliografía internacional. Dos posiciones polares están representadas por Chomsky y Herman (control) y McNair (caos). (Chomsky y Herman, 1990; McNair, 2006)

pulación de denuncias" (PNUD, 2004: 162). Los gobiernos perciben que la lucha por la agenda y la representación social de la obra de gobierno es demasiado encarnizada y que sus victorias tienen una duración muy corta, frente a la aparición de nuevos escándalos que obligan a dedicarle mucho esfuerzo a la defensa y reparación de daños de reputación más que a la gestión de las políticas públicas (Blair, 2007). Los medios serían así una máquina de deslegitimación de los poderes electos que los iría desgastando paulatinamente hasta ponerlos al límite de la gobernabilidad, instancia en la cual se vuelve imposible cualquier política sustantiva de cambio del status quo.

Estrategias de los políticos para recuperar la política

Frente a esta visión de colonización mediática, ha ido creciendo el consenso sobre la necesidad de "liberar" la política. Para ello, más allá de su propia silueta ideológica, los políticos profesionales desarrollaron similares estrategias de recuperación de la autonomía de la política. Por supuesto, no todos los presidentes aplican de la misma forma este modelo. En general, de acuerdo a la cultura democrática de cada país y cada político estará la intensidad y el mix diferente entre las distintas estrategias disponibles. Algunas de estas iniciativas son también presentadas como formas de mejorar la representación y democratizar al sistema mediático.

Este proceso de recuperación de la iniciativa por parte de los políticos se percibe en los siguientes rasgos que pueden

generalizarse sin demasiado riesgo en América Latina:

(a) *Estigmatización de los medios como actores políticos/económicos*. Crece el discurso crítico de los gobernantes y de los políticos hacia los medios de comunicación y los periodistas. En los primeros momentos de la transición democrática, los medios –incluso muchos que fueron apoyo ostensible de las dictaduras– no sufrían especialmente la crítica política. Ahora prácticamente todos los presidentes de América Latina han formulado un discurso crítico hacia los medios, y los señalan como armas de la oposición, desde Hugo Chávez y Oscar Arias hasta Tabaré Vázquez o Álvaro Uribe. Estigmatizar en este caso es tratar de construir la representación social de que los medios no merecen tanta credibilidad como algunos ciudadanos les asignan y, de esa forma, restarle influencia. Aquí, estigmatizar es también una forma de acotar y controlar el poder del periodismo incitando a que la audiencia desconfíe de las intenciones de su actuación pública. Oscar Arias, presidente del país con más tradición democrática de la región, también participa de la actual andanada de críticas hacia los medios: “nada nos hace suponer que los medios de comunicaciones responden de manera única, o siquiera fundamental, al interés público. Son, ante todo, empresas, corporaciones que buscan producir utilidades”. (*La Nación* de Costa Rica, 28/8/2009).

(b) *Aplicación y/o reforma del marco regulatorio*. Después de muchos años de evitar reformas de fondo al marco regulatorio para ordenar, por ejemplo, la asignación de las licencias de radio y televisión, en muchos países de la región se están san-

cionando nuevos marcos regulatorios o se avanzan debates legislativos para hacerlo. Hasta comienzos de los años noventa en muchos países, existía un veto implícito en muchas legislaturas a definir un marco regulatorio de las empresas periodísticas de radio y televisión. Además, ahora es más abierta la discusión sobre la renovación de la licencias de los grupos mediáticos. De hecho, desde lo ocurrido en el 2007 con la no renovación de la licencia a una televisora tan arraigada en Venezuela como Radio Caracas Televisión (RCTV), parece haberse terminado la era de las renovaciones automáticas. Los más grandes grupos mediáticos de la región, entre ellos Televisa, Globo o Clarín, saben que cada renovación de la licencia será cada vez más difícil. En algunos países donde el Estado es de mejor calidad, como Chile o Uruguay, la aplicación de las normas es menos arbitraria que en los países donde los gobiernos apuntan a los medios que perciben como enemigos para aplicarles con dureza antiguos o nuevos marcos regulatorios.

(c) *Fortalecimiento de los equipos de comunicación política*. Cada vez los equipos de comunicación oficiales son más sofisticados en sus técnicas para redefinir las reglas de juego en beneficio de los gobiernos. La presidenta argentina viaja acompañada con un equipo de televisión propia que envía las imágenes directamente a los noticieros. También es habitual que la centralización del mensaje sea una de las claves. Funcionarios nicaragûenses han perdido sus puestos por hablar sin autorización con medios privados. “(Rosario) Murillo (esposa de Daniel Ortega y encargada de la comunicación gubernamen-

tal)", indicó, "quiere que el gobierno hable con una sola voz. Es solo una cuestión de estilo" (CPJ, 2009). Los equipos de comunicación política intentan tomar ellos la iniciativa frente a los medios para vencerlos en su propia lógica.

(d) *Cooptación de los medios comerciales o sociales*. Varios gobiernos de la región han desarrollado múltiples tácticas para crear medios propios o para tener mayor ingerencia en los medios privados o del tercer sector. La publicidad oficial es uno de los mecanismos clave para tener influencia decisiva en los medios privados, aunque en general esa política puede no ser tan eficaz con los medios más poderosos de cada país, que suelen tener su sustentación principal en el sector privado, más allá de que pueden tener también suculentos contratos con el Estado.[7] El estímulo en países como Venezuela y Bolivia al desarrollo de medios audiovisuales comunitarios es a veces también parte de la política de desarrollar un frente mediático afín al gobierno para pelear las representaciones sociales, que sería un terreno clave en el que se juega la batalla política.

(e) *Desarrollo de medios estatales*. La bonanza fiscal de los últimos años en varios países también sirvió para fortalecer y ampliar el brazo mediático del Estado. Los gobiernos de Chi-

[7] En Chile la situación es la inversa. La mayoría de la publicidad oficial que fluye hacia la escrita va hacia los medios menos identificados con el gobierno, los grupos El Mercurio y Copesa. Se creó una comisión parlamentaria, denominada Comisión Investigadora sobre Avisaje Estatal, que emitió un informe que sugiere revertir esa situación.

le y Perú ya tenían prensa gráfica propia. Ahora también los gobiernos de Ecuador, Honduras, Bolivia y Venezuela desarrollaron iniciativas periodísticas gubernamentales. En especial, los gobiernos que se han sentido acosados por los medios privados han tenido más celeridad en su construcción. Algunos países como Bolivia o Ecuador, que prácticamente no tenían un importante sector de medios audiovisuales ahora lo están desarrollando. Otros, como Brasil, Venezuela, Argentina, Uruguay o México, que sí lo tenían, lo están fortaleciendo. En algunos países la retórica oficial construye a esos medios como armas en la batalla de ideas contra los medios privados, y en otros como medios públicos que deberán funcionar como medios testigo para un mercado mediático que tiene que abrirse más al pluralismo de voces.

(f) *Desarrollo de la comunicación directa*. Una forma de autonomizarse un poco de la lógica mediática es evitar ser mediado por los periodistas. Para ello, los gobiernos de la región desarrollaron mecanismos de comunicación directa que permiten llegar "sin ruido" a los ciudadanos. Otra vez en esta política coinciden antagonistas ideológicos como Hugo Chávez con sus reuniones con funcionarios en el "Alo Presidente" y Álvaro Uribe con sus Consejos Comunales transmitidos por televisión. El atril desde el cual Cristina Fernández se dirige al pueblo es también similar al programa radial semanal de Rafael Correa. En el documento "Estrategia de Comunicación" del gobierno nicaragûense se dice: "se creará un programa semanal (transmitido por radio y televisión), en que nuestro liderazgo nacional y local, se reúna con la gente,

en una comarca, barrio o municipio, y aborde los problemas locales, escuche las propuestas de los pobladores, y se acuerden soluciones, generando experiencias de participación y decisión ciudadana”. Eso es lo mismo que hace Uribe, quién no tiene precisamente afinidad ideológica con Ortega. Dado que la aceleración de la revolución tecnológica en las comunicaciones está logrando que la comunicación interpersonal esté cada vez más asociada con la comunicación de masas, los gobiernos y políticos seguramente irán desarrollando mecanismos cada vez más directos para llegar a nosotros.

¿Esta tensión es democratizante o no?

El intento de “liberar” la política de la influencia mediática puede mejorar o degradar la calidad democrática de acuerdo a cómo se intente realizar. Por supuesto que los medios y otros actores políticos y sociales no están pasivos. De hecho, para cada una de las iniciativas recién reseñadas parece estar construyéndose una respuesta precisa, en forma de mecanismos neutralizadores.

Así funcionan las fronteras móviles en la relación entre políticos y periodistas. Frente a la estigmatización, la respuesta de los medios de comunicación en general intenta encuadrar esa discusión como una cuestión de libertad de prensa, ocultando los medios muchas veces la dimensión de actor político que tienen. Frente a la reforma del marco regulatorio, la respuesta es pedir la máxima autonomía de la autoridad regulatoria que asegure el pluralismo oficialmente decla-

mado. Frente al fortalecimiento de los equipos de comunicación política, la respuesta es tratar de realizar lo que se llama "process journalism" donde se ilumina todo el proceso oculto de la operación de prensa que produce la noticia. Frente a la cooptación de medios privados y comunitarios, la respuesta es visibilizar lo más posible la arbitrariedad en el uso de la publicidad oficial y la clientelización de los medios privados o sociales. Frente al desarrollo de los medios estatales, la respuesta es presionar para pluralizar esos medios y que no sean puras herramientas gubernamentales. Y frente al desarrollo de la comunicación directa de los políticos, pedir legislación de acceso a la información y conferencias de prensa abiertas donde los periodistas puedan preguntar.

La brújula en las fronteras móviles

Esta tensión entre medios y políticos es democratizante en la medida en que fortalezca la calidad democrática del sistema de medios. Para medir los efectos de estos procesos sobre la democracia proponemos tres indicadores que nos sirvan de orientación:

(a) *La amplitud del arco de voces.* No es difícil percibir cuando las voces del espacio mediático se reducen. Cuando la política gubernamental consiste en cerrar un medio es posiblemente verdad que eso esté ocurriendo. Cuando consiste, en cambio, en la creación de nuevos medios, es posible que esté ocurriendo lo opuesto. El sistema mediático más democrático es el

que incluye más voces. Bajar las barreras de entrada es un mecanismo obvio para impulsar la representatividad del sistema mediático. Es notable cómo a medida que se analizan las zonas de menor calidad democrática, la concentración de medios suele ser mayor, y el pluralismo sobre todo en el espacio audiovisual es menor, hasta incluso desaparecer.

(b) Capacidad de crítica a todos los poderes. Durante toda la historia han existido poderes con la eficacia y el poder suficiente para quedar afuera del escrutinio público. La democratización del sistema de medios implica que todos los responsables de la vida pública, estatales o no estatales, deben ser visibilizados y abiertos al escrutinio. Por definición, una sociedad abierta protege e incentiva el proceso crítico, entendido este como la difusión de la voz de las "víctimas", reales o autopercibidas, en un régimen político. La crítica es la voz de las víctimas, o de los que hablan en su nombre. Son ellas las que van estimulando el proceso de cuestionamiento que genera el progreso democrático. En las sociedades cerradas, el proceso crítico no está estimulado sino penalizado. La expresión crítica no es entendido por ese sistema mediático cerrado como una expresión del deseo de mejora social continua, sino como un virus destructivo.[8]

[8] El ejemplo más claro en América Latina es Cuba donde la crítica pública tiende a ser criminalizada (Ruiz, 2003).

(c) *El fortalecimiento de la base informativa común (BIC).* Un sistema mediático puede tener medios que sean representativos de la mayoría de los sectores sociales, pero tener una baja calidad democrática. Eso ocurre por ejemplo en países donde el sistema mediático está muy polarizado. Tan importante como estar representado por algún medio es que el sistema mediático sea capaz de ofrecer información creíble, al mismo tiempo, para los diferentes sectores del antagonismo político. De esa forma, es posible construir una deliberación constructiva. Por ejemplo, en Venezuela, Bolivia, Nicaragua o Ecuador, es cada vez más difícil encontrar un mismo medio de comunicación que sea creíble para oficialistas y opositores.[9] De esta forma, cada medio construye mundos paralelos en los que cada vez es más extraño que se puedan encontrar dos ciudadanos que forman parte de los bloques políticos

[9] Un buen ejemplo de un país donde los medios son representativos pero **no** cumplen los requisitos de la Base Informativa Común es Bolivia. En una reciente entrevista, Julio Peñaloza, gerente de informaciones del canal estatal Bolivia TV dijo: "En Bolivia hay un ejercicio democrático tan extraordinario que la gente hace zapping con los noticieros televisivos y dice: "El canal estatal es el que refleja las opiniones, los criterios o la información gubernamental. Unitel es el canal que refleja la opinión de la derecha y de los sectores empresariales privilegiados. Yo, como espectador, saco mi conclusión". (14/9/2009) No hay allí ningún medio que puede servir de referencia informativa común a dos ciudadanos que están en campos diferentes del proceso polarizador.

contrapuestos. El periodismo profesional está entrenado para construir esa base informativa común, pero cuando se promueve la polarización se tiende a diluir esa base informativa común. Como dice un investigador sobre el caso venezolano, se extiende "el periodismo de fuente única" (Cañizález, 2009: 238).

El sistema mediático más democrático es el que lleva más lejos estos tres indicadores. Si hay representatividad popular, si la crítica hacia cualquier poder es incentivada, y si hay una base informativa común que permita el diálogo constructivo, la tensión entre medios y política es democratizante. Esta relación es una frontera móvil, que se ha deslizado de un lado hacia otro desde el fin de la era colonial, de acuerdo a la velocidad de aprendizaje de los diferentes actores. Estos tres indicadores son propuestos para el diseño de una brújula que nos permita saber si estamos avanzando o no en el proceso de construcción democrática en el interior del sistema de medios.

Bibliografía

Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo (2009), *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en América Latina del Siglo XXI,* Prometeo Libros, Buenos Aires.

Bisbal, Marcelino. (2006). "El Estado-comunicador y su especificidad. Diagnóstico inacabado y estrategias", *Comunicación,* Centro Gumilla, Segundo Trimestre, pp. 60-72

Bisbal, Marcelino (ed.) (2009) *Hegemonía y control comunicacional*, Editorial Alfa/UCAB, Caracas.

Bonner, Michelle (2009), "Media as social accountability. The case of political violence in Argentina", *The International Journal of Press and Politics*, vol. 14, number 3, July 2009.

Borón, Atilio (1996), "Democracia y ciudadanía", en: Gaveglio, Silvia y Manero, Edgardo (Comp), *Desarrollos de la Teoría Política Contemporánea*, Homo Sapiens, Ediciones, Rosario.

Blair, Tony .(2007). Discurso en la agencia Reuters, *BBC*, 12/7/2007. (http://news.bbc.co.uk/1/hi/uk_politics/6744261.stm)

Calmon Alves, Rosental. (1998). "Democracy's Vanguard Newspapers in Latin America". Paper presentado en 47º Conferencia Anual de la Asociación Internacional de Comunicación, Montreal, Canadá

Cañizález, Andrés (2009), "La era Chávez: notas para una historia política del periodismo venezolano", en: Bisbal, Marcelino, (ed.) *Hegemonía y control comunicacional*, Editorial Alfa/UCAB, Caracas, 2009, pp. 219-240

Cañizález, Andrés (coord.) (2008), *Tiempos de cambio. Política y comunicación en América Latina,* UCAB, Caracas.

Caputo, Dante (2005), "Control de la información y democracia", Sala de prensa. (http://www.saladeprensa.org/art636.htm)

Cerbino, Mauro y Ramos, Isabel (2009), "Medios de comunicación y despolitización de la política en Ecuador", en: Cañízalez, Andrés, *Tiempos de cambio. Política y comunicación en América Latina,* UCAB, Caracas, pp. 46-61.

Cheresky, Isidoro (comp.) (2008), *La política después de los partidos*, Prometeo, Buenos Aires.

Chomsky, Noam y Herman, Edward (1990), *Los guardianes de la libertad*. Grijalbo Mondadori, Barcelona.

Committee to Protect Journalists (CPJ) (2009), *La Guerra de Daniel Ortega contra los medios*. New York. (http://cpj.org/es/2009/07/la-guerra-de-daniel-ortega-contra-los-medios.php)

Corredor, Ricardo (2005), "De la retórica a la ciberpolítica", *Metapolítica*, 40, pp. 56-61.

Cottle, Simon (2008), "Reporting demostrations: the changing media politics of dissent", *Media, Culture & Society*, Vol. 30 (6): 853-872.

Cook, Timothy (1997). *Governing with the news: The news media as a political institution.* Chicago, University of Chicago Press.

De la Torre, Carlos and Conaghan, Catherine (2009), "The Permanent Campaign of Rafael Correa: Making Ecuador's Plebiscitary Presidency", *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 13, No. 3, 267-284.

Filgueira, Carlos y Nohlen, Dieter (comp.) (1994), *Prensa y transición democrática. Experiencias recientes en Europa y América Latina.* Iberoamericana, Madrid.

Garreton, Manuel A. (2004). "La indispensable y problemática relación entre partidos y democracia en América Latina", en PNUD: "*La democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos. Contribuciones para el debate*. Buenos Aires, Aguilar

Hallin, Daniel and Stylianos Papathanassopoulos (2002), "Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective", *Media, Culture and Society*, Vol. 24: 175-195.

Hughes, Sallie (2003). "From the Inside Out. How Institutional Entrepreneurs Transformed Mexican Journalism". *Press/Politics*. Harvard University, 8 (3): 87-117.

Hughes, Sallie y Lawson, Chappel, (2005), "The Barriers to Media Opening in Latin America", *Political Communication*, (22), pp. 9-25

Huntington, S.P., y Domínguez, J.I. (1975), "Political development", en F. Greenstein y N. Polsby, comps., *Handbook of political science*, vol. 3, *Macropolitical theory*, 1-114, Reading: Addison-Wesley.

Maia, Rousiley (2009), "Mediated deliberation. The 2005 referendum for banning firearms sales in Brazil", *International Journal of Press and politics*,

Mainwaring, Scott, Bejarano, Ana Mar{ia and Pizarro Leongomez (eds.) (2006), *The Crisis of Democratic Representation in Los Andes*, Stanford University Press, Stanford.

Martin-Barbero, Jesús (2004), "La comunicación plural: alteridad y sociabilidad", en *Diálogos de la Comunicación,* 40, pp. 72-79.

McNair, Brian (2006*), Cultural Chaos: Journalism and Power in a Globalised World*, Taylor & Francis eBook Publish Date: October 03, 2007

Norris, Pippa, (2000), *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge University Press. Cambridge.

Novaro, Marcos (2000), *Representación y liderazgo en las democracias contemporáneas*, HomoSapiens Ediciones, Rosario.

O'Donnell, Guillermo (1997). "Acerca del estado, la democratización y algunos problemas conceptuales. Una perspectiva latinoamericana con referencias a países poscomunistas", en: *Contrapuntos: Ensayos escogidos sobre autoritarismo y democratización*, Paidos, Buenos Aires.

O'Donnell, Guillermo (2008), "Hacia un Estado de y para la democracia", en: *Democracia, estado y ciudadanía. Hacia un Estado de y para la democracia en América Latina*, PNUD, Contribuciones al debate, Volumen II, Lima.

Patterson, Thomas E., (1993) *Out of Order*. *An incisive and boldly original critique of the news media's domination of America's political process*, Alfred A. Knopf, New York.

PNUD. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2004). *La democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos*. (http://democracia.undp.org/Informe/Default.asp?Menu=15&Idioma=1

PNUD. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2008), *Democracia, estado y ciudadanía. Hacia un Estado de y para la democracia en América Latina*, *Contribuciones al debate*, Volumen II, Lima.

Poliarquía (2008), *Encuesta de líderes de opinión*, octubre, Buenos Aires.

Porto, Mauro P. (2007), "TV news and political change in Brazil: The impact of democratization on TV Globo's Journalism", *Journalism*, Vol. 8, n. 4, pp. 381-402.

Protzel, Javier (2005), “Changing political cultures and media under globalism in Latin America”, in: Hackett, Robert and Zhao, Yuezhi *Democratizing Global Media: One World, Many Struggles,* (ed). Rowman & Littlefield.

Putnam, Robert (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community,* Simon & Schuster, New York.

Ruiz, Fernando J. (comp.) (2001), *Prensa y congreso. Trama de relaciones y representación social.* La Crujía, Buenos Aires.

Ruiz, Fernando J. (2003), *Otra grieta en la pared. Informe y testimonios de la nueva prensa cubana*, La Crujía, Buenos Aires.

Ruiz, Fernando J. y Waisbord, Silvio (2004), “De la era de las dictaduras a la era de las democracias”, en: Barrera, Carlos (ed.), *Historia del periodismo universal*, Editorial Ariel, Barcelona, pp.355-373.

Ruiz, Fernando J. (2004-9) *Indicadores de Periodismo y Democracia a Nivel Local en América Latina*, Universidad Austral /Cadal, nº 1 a 10. (www.cadal.org)

Sabato, Hilda (2005). *La política de las calles. Entre el voto y la movilización, Buenos Aires: 1862-1880,* Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires.

Sartori, Giovanni (1992), *Videopolítica. Medios, información y democracia de sondeo.* FCE, México.

Schudson, Michael. (1998). *The Good Citizen. A Historic of American Civic Life*, New York, The Free Press.

SIP (2007), Resolución Impunidad Brasil. *63° Asamblea General de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP),* Miami.

Smulovitz, Catalina y Peruzzotti, Enrique, 2000, “Societal accountability in Latin America”, *Journal of Democracy*, Vol. 11, number 4, October 2000.

Touraine, Alain, *¿Qué es la democracia?*, FCE, 1995. Buenos Aires.

Waisbord, Silvio (2007), "Democratic Journalism and 'Statelessness'", *Political Communication*, (24), pp. 115-129

Waisbord, Silvio (2009) "Periodismo y democracia donde no hay Estado", en: Cañizález, Andrés (coord.) *Tiempos de cambio. Política y comunicación en América Latina*, Publicaciones UCAB, Caracas, pp. 203-226

Whitehead, Lawrence (2008), "Variabilidad en la aplicación de derechos: una perspectiva comparada", en: *Democracia, estado y ciudadanía. Hacia un Estado de y para la democracia en América Latina*, PNUD, Contribuciones al debate, Volumen II, Lima.

GIRO A LA IZQUIERDA, POPULISMO Y ACTIVISMO GUBERNAMENTAL EN LA ESFERA PÚBLICA MEDIÁTICA EN AMÉRICA LATINA

Philip Kitzberger

Introducción y caracterización del modelo

Con el cambio de siglo emergieron, en una buena parte de Latinoamérica, gobiernos identificados con consignas y programas de izquierda y, entre algunos de ellos, formas y prácticas de estilo populista. Al margen de la pretensión común de pertenecer a una nueva izquierda regional, estos gobiernos difieren ampliamente en origen, estilo, discurso, formas de apelación, base social, alianzas de intereses y políticas (Levitsky y Roberts 2008).

Uno de los rasgos más notorios de estas nuevas experiencias políticas es la acumulación de numerosos episodios públicos y subterráneos de conflicto con la prensa y los medios. Parece así relevante preguntarse si estos episodios de radicalización y polarización que involucran a actores gubernamentales que asumen estrategias de confrontación, de un lado, e instituciones mediáticas y periodísticas que radicalizan sus roles oposicionales, del otro, constituyen alguna novedad para la región y para el universo de los regímenes democráticos.

Estas "guerras mediáticas" abiertamente combatidas no han escapado a los ojos de múltiples observadores. Sin embargo, entre éstos han predominado miradas fuertemente politizadas y partisanas. De un lado, las causas disparadoras de las dialécticas gobierno-prensa han sido atribuidas a los estilos populistas y autoritarios de jefes de estado como Chávez, Morales, los Kirchner o Correa, los cuales son vistos como incompatibles con los estándares occidentales o demoliberales de libertad de prensa. Del otro lado, algunas interpretaciones sugieren que en los países en los que hubo un giro político hacia la izquierda, los opositores a las agendas reformistas de estas nuevas experiencias políticas, huérfanos de otros instrumentos políticos, han refuncionalizado a los conglomerados de medios y a la gran prensa como "grupos de combate en la línea del frente" en una amarga lucha por "los corazones y las mentes" en la que la estrategia dominante es denegar legitimidad y erosionar la autoridad de los nuevos liderazgos políticos regionales (O'Schaughnessy 2007).

Entre los casos que más claramente parecen compartir estos rasgos se encuentran Venezuela, Argentina, Bolivia y

Ecuador. Todos ellos podrían ser identificados como las versiones populistas de la izquierda latinoamericana contemporánea (Petcoff 2005, Castañeda 2006).[1] No obstante, detrás de esta etiqueta yacen importantes diferencias: el gobierno boliviano está basado en una fuerte movilización desde abajo, en movimientos sociales y en identidades indigenistas. Chávez y Correa, por contraste, se sustentan en una movilización desde arriba encabezada por *outsiders* de la política de partidos (uno proviene de las fuerzas armadas, el otro del ámbito académico) cuyo arribo al poder fue la resultante de un colapso de los partidos políticos tradicionales. El gobierno de Kirchner también se originó en una crisis de representación de la política, pero su gobierno se sostiene –en tensión con su pretensión fundacional de representar una "nueva política"– en la maquina política del partido peronista que sobrevivió al colapso de 2001. Así como difieren en sus bases organizativas y sociales también divergen significativamente en sus políticas, en especial en el ámbito de la economía (Levitzky y Roberts 2008). Pese a estas divergencias, aún tendría sentido llamarlos populistas en la medida que comparten la presencia de fuertes liderazgos personalistas y, sobre todo, un discurso populista, esto es, un discurso que apela a una noción de "pueblo" como identidad que se constituye por antagonismo a un bloque de poder dominante (Laclau 1977).

[1] En países como Brasil y Uruguay, la llegada de partidos de izquierda al gobierno también ha llevado a un aumento de la conflictividad con la prensa y los medios. No obstante, y pese a algunas posibles similitudes, el conflicto no ha alcanzado los niveles de radicalización y polarización de los casos a aquí discutidos.

En América Latina, los así llamados neo-populistas como Menem, Collor o Fujimori, durante el período de auge neoliberal, u otros contemporáneos como Álvaro Uribe en Colombia, se han apoyado profusamente en formas de activismo mediático para bregar por apoyo en la opinión pública (Weyland 1999, Gómez Giraldo 2005). Sus posturas pro-mercado no siempre les garantizaron cobertura favorable, por lo que recurrieron a recursos que van desde apelaciones carismáticas hasta formas de presión legal y paralegal a la prensa (Waisbord 2003, Conaghan 2005).

Comparados a estos neo-populismos, los populismos de izquierda aquí considerados presentan rasgos bien diferentes. En primer lugar, han desplegado nuevas formas específicas de comunicación directa (siendo el Aló Presidente de Hugo Chávez el ejemplo inaugural) rechazando, simultáneamente, convenciones de mediación periodística como las conferencias de prensa o las entrevistas.[2] Segundo, han adoptando una práctica sistemática de interpelar a la sociedad con discursos populistas y de izquierda en los que los medios y la prensa figuran como instrumentos ideológicos de los enemigos del pueblo. Los presidentes Chávez y Correa tienen sus emisiones semanales de radio y/o televisión (los Kirchner y Evo Morales han adoptado otras prácticas de comunicación directa). Desde estas plataformas califican habitualmente a sus adversarios de prensa y medios como "neoliberales", "golpis-

[2] Uribe, con sus Consejos Comunales, se acerca en este aspecto a los casos considerados.

tas", "poderes fácticos", etc., situándolos en visiones generales de la sociedad (que mezclan elementos de las tradiciones de izquierda y populista) en la que medios y prensa son presentados como agentes (ideológicos) de los poderes sociales y económicos dominantes. Tercero, favorecen (con variado éxito) políticas que revierten las regulaciones pro-mercado del período neoliberal.

En síntesis puede afirmarse que existen fuertes similitudes en los casos considerados, de modo tal que éstos conforman un modelo distinto y particular de activismo en la esfera pública mediática. Son tres las dimensiones que le dan forma y definen a este modelo. Primero, existe una práctica generalizada de *going public* –esto es, interpelar al público (Kernell 1997)– con discursos altamente ideológicos (esto es, que contienen marcos interpretativos clasistas o populistas) sobre medios y prensa. En estos discursos, mayormente presentes en intervenciones públicas presidenciales, las instituciones periodísticas son encuadradas –develadas– como actores ligados a intereses de clase o grupos privilegiados. Segundo, estos gobiernos despliegan una variedad de formas y dispositivos de comunicación directa que exhiben mixturas variables de apelaciones políticas tradicionales con usos sofisticados y tecnocráticos de recursos mediáticos. Tercero, estos gobiernos promueven (con variado éxito) regulaciones en el ámbito de la comunicación a favor de un rol más activo del estado y de formas alternativas al mercado, utilizando instrumentos tales como financiamiento directo y creación de nuevos medios públicos, apoyo a formas cooperativas, nacionalizaciones, reformas legislativas o no renovaciones de licencias.

La consistencia de este fenómeno no parece estar dada por la mera co-presencia empírica de estas tres dimensiones, sino por el hecho de que el discurso de la primera invoca las prácticas y regulaciones de la segunda y la tercera dimensiones. En otras palabras, sostener públicamente que los medios y la prensa representan intereses (hegemónicos, capitalistas, corporativos, imperialistas u oligárquicos) opuestos al interés público (el pueblo), justifica movilizar directamente a la opinión pública, "puentear" el rol mediador del periodismo, avanzar y ocupar espacios en la esfera pública, y aspirar a alterar el mercado mediático.

Al margen de las interpretaciones polémico-partisanas, la singularidad de estas formas de activismo gubernamental de los nuevos populismos de izquierda en América Latina no ha sido tratada en forma sistemática. Estos rasgos peculiares reclaman explicación y abren una serie de interrogantes: ¿Hay un origen común? ¿Se trata de una repetición de circunstancias similares o de un contagio y difusión de prácticas del modelo venezolano? ¿Qué factores explican la emergencia de dichas formas? Por encima de los rasgos en común, ¿cómo afectan las variables contextuales (estructura socio-cultural, sistema de medios, cultura de prensa o sistema político) a las estrategias, a la performance y los resultados de esta politización del conflicto gobierno-prensa? ¿Cuánta importancia debe asignarse a los particularismos regionales o a las tendencias globales en el ámbito de la comunicación política en la explicación de estos casos? ¿Cuáles son las consecuencias de estas formas para la gobernabilidad democrática?

La respuesta a estos interrogantes exigirá un esfuerzo de investigación comparada que excede a este trabajo. Más modestamente, el propósito de las siguientes páginas consistirá en brindar, en primer lugar, una descripción narrativa que permita una mejor caracterización de los cuatro casos propuestos y, en segundo lugar, la elaboración de algunas hipótesis que podrían ayudar a comprender mejor los aspectos comunes como las variaciones entre los casos.

Caracterización de los casos

Las siguientes descripciones narrativas combinarán una caracterización más detallada de las tres dimensiones con algunas referencias a la dinámica de los casos. Esto último significa incluir algo del desarrollo cronológico, las etapas de radicalización y apaciguamiento; contemplar contextos particulares como elecciones, referéndums o reformas constitucionales; y considerar fluctuaciones en popularidad, crisis políticas y otros eventos políticamente relevantes.

A partir de las protestas de 1989 recordadas como el "Caracazo", los grandes medios venezolanos se erigieron en severos críticos de los partidos que habían dominado la política electoral desde el Pacto de Punto Fijo. En un contexto de descontento generalizado y hablando en nombre del "pueblo", los medios contribuyeron a la persistente denuncia de la vieja clase política como corrupta y enarbolaron una fuerte demanda de cambio (Cañizález 2003: 30-32). De este modo alcanzaron cierto protagonismo en el alza de un "clima de

insatisfacción con el sistema político que condujo a la elección de Hugo Chávez" en 1998 (Mayorbe 2002: 176). Si bien Chávez no había sido el candidato de los medios, las expectativas que despertó una vez electo le garantizaron una inicial luna de miel con la prensa. Los primeros signos de confrontación abierta llegaron a fines de 1999 cuando, luego de unos trágicos aludes en el estado de Vargas, el periodismo lanzó críticas a la acción gubernamental de asistencia a las víctimas. Es en ese momento que el presidente comenzó a identificar a los medios como los enemigos del pueblo en sus intervenciones públicas. La prensa, de su lado, haciendo abandono de sus valores institucionales de imparcialidad, asumió progresivamente el rol de la confrontación con el líder populista (Pérez-Liñán 2007: 83). Los medios privados se fueron constituyendo, a su vez, como el foro organizador de todas las voces opositoras, las cuales habían quedado despojadas de otros recursos políticos en el nuevo escenario (Tanner Hawkins 2003: 12-15). De allí en más se detonó una escalada. El pico fue alcanzado en abril de 2002, luego de que el presidente despidiera ante las cámaras de televisión al directorio completo de la petrolera estatal PDVSA, dando inicio a una serie de protestas y paros masivos. Estos manifestantes, incitados por las cúpulas empresariales y algunos sindicatos, recibieron una atención privilegiada por parte de los medios privados como parte de una "estrategia comunicacional destinada a demostrar la fuerza del paro" y su masividad (Cañizález 2003: 35). El 11 de abril el gobierno buscó doblegar el dominio opositor de la pantalla de televisión por medio de la imposición de "cadenas" oficiales. Por su parte, los medios buscaron

neutralizar el intento gubernamental sin eludir la obligatoriedad de la transmisión mediante el simple recurso de "partir" la pantalla. Ese mismo día, una coalición de sectores empresarios con oficiales de las Fuerzas Armadas detuvo a Chávez y anunció públicamente que éste había renunciado. En tanto la transmisión de los medios públicos fue bloqueada, la información no fue cuestionada por los medios privados. En forma consecuente, los medios privados silenciaron las declaraciones de oficiales de las fuerzas armadas leales a Chávez e ignoraron sistemáticamente los disturbios callejeros y las manifestaciones masivas en favor del líder depuesto.[3] Parte importante de los acontecimientos que devolvieron a Chávez al palacio de Miraflores pasaron por una disputa entre los apoyos de Chávez y los putchistas por lo que el público venezolano pudiera ver, oír y leer (Reporte de la Misión de la Federación Internacional de Periodistas en Caracas, 2002). Más tarde, entre diciembre de 2002 y enero de 2003, un nuevo "paro cívico" exhibió el inédito grado de polarización entre los medios y el gobierno. En efecto, durante esta nueva ola de protestas la televisión suspendió su programación regular y la prensa escrita redujo sus ediciones a la cobertura exclusiva de la acción colectiva opositora. Mientras tanto, el gobierno radicalizó su discurso sobre los medios. A las calificaciones de antipopulares u oligárquicos se agregaron las definiciones de

[3] El comportamiento de los medios y el periodismo durante estos episodios ha sido motivo de controversia. Una compilación de documentos y bibliografía útil puede encontrarse en Tanner Hawkins 2003.

“golpistas”, enemigos de la revolución bolivariana e instrumentos del imperialismo y “terroristas mediáticos”.

Desde comienzos de su presidencia, y de una forma inusitada, el líder bolivariano descubrió las ventajas de utilizar los medios electrónicos para amplificar sus apelaciones públicas. A través de su Aló Presidente, Chávez inauguró una forma de comunicación directa regular con el público. En sus reputadas performances radiotelevisivas semanales, el presidente toma llamadas telefónicas de los ciudadanos, escucha sus problemas, da consejos, bromea, cuenta historias en un lenguaje llano, canta y ejerce una suerte de pedagogía popular en emisiones que pueden llegar hasta las 4 o 5 horas de duración. “Los destinatarios del mensaje de Chávez, los sectores más pobres y marginados, ni leen la prensa escrita y sostienen su relación con el líder político [...] a través de los afectos, sin duda, en esta dimensión la televisión, principalmente, y la radio, tienen un papel primordial” (Cañizález 2003: 34). Sus apelaciones transmitidas a través de los medios electrónicos se han vuelto el principal medio de movilización de unas capas previamente excluidas de la política: “Chávez ha producido una inclusión simbólica de los más pobres y marginados en la escena política del país. El presidente ha hecho visibles a esos excluidos y allí radica buena parte de su poder” (Cañizález 2003: 33). A su vez, Chávez ha ido justificando los progresivos avances en la esfera pública mediática como una forma de combatir la “desinformación” y las “mentiras” de los medios privados (Tanner Hawking 2003: 13). Cada vez que lo considera necesario aparece en la televisión pública y durante los conflictos y escaladas invoca “cadenas” de trans-

misión obligatoria para los medios privados.[4] Estas prácticas se han constituido en un instrumento central de gobierno. Por medio de ellas, el presidente moviliza apoyos, amenaza a sus adversarios, da órdenes a sus asistentes, comanda a los militares o remueve a miembros del gabinete. Como ha sido observado, Chávez ha inventado una forma de llevar adelante el gobierno como una performance mediática (Anderson 2008). Simultáneamente, estos nuevos formatos han estado acompañados de una descalificación explícita del rol de los periodistas en el proceso comunicativo. Pero la explicación de la creciente alienación del periodismo no se limita a esta desestimación. Debe comprenderse en el marco de la profunda alteración de las rutinas profesionales del periodismo, dada la progresiva eliminación del acceso a fuentes oficiales. De este modo, los periodistas venezolanos comenzaron a verse limitados, de una forma ofensiva para su ethos profesional, al rol de responder a los discursos públicos que el gobierno ofrece sin mediaciones.[5]

[4] En forma irónica, muchos periodistas y críticos contabilizan las horas de "cadena" utilizadas por el gobierno.

[5] Una anécdota de un libro basado en la experiencia de dos periodistas acreditados en el Planalto ilustra el impacto de este estilo comunicativo en el *ethos* del periodismo. Cubriendo a Lula en una visita oficial a Caracas, los cronistas de *Folha* y el *Estadao* se quejan de las dificultades que el discurso del presidente venezolano provoca en su trabajo de reporteros. La multiplicidad de temas abordados y la longitud del discurso los confunde sobre qué deben enfatizar además de disminuir dramáticamente el tiempo que tienen para escribir (Scolese y Nossa 2006: 146). Este ejemplo demuestra que el conflicto también surge –más allá de cuestiones ideológicas o del desprecio público hacia la prensa– por la incompatibilidad entre estos formatos comunicativos y las rutinas periodísticas específicas.

Sumado a estas prácticas presidenciales, y como respuesta a la hostilidad creciente de los medios privados, el gobierno comenzó a diversificar el uso de los medios públicos por medio de una programación fuertemente politizada. Esto ha sido llevado a cabo principalmente utilizando la infraestructura existente de medios públicos, creando nuevos medios de propiedad estatal, pero también a través del apoyo y financiamiento de una amplia red de medios comunitarios. Por otra parte, el gobierno bolivariano ha tenido también una política de neutralización o desactivación de medios opositores. El primer movimiento en este sentido fue dado con posterioridad a una iniciativa opositora de impulsar una revocatoria de mandato, después de cuyo fracaso el gobierno negoció con el magnate de medios Gustavo Cisneros la despolitización de la programación de Venevisión, entonces el canal de mayor audiencia. Más tarde, en base a la acusación de que sus directivos fueron participes directos en la conspiración de 2002, el gobierno no renovó la licencia de la emisora Radio Caracas Televisión (RCTV). Adicionalmente, y si bien no han sido utilizados en forma sistemática para domesticar a los medios, la reforma constitucional y la reformada ley de medios prevén ciertas posibilidades para la regulación de contenidos. Estas medidas, entre otras, son significadas por sus protagonistas en el marco del experimento boliviariano como partes o etapas del proceso revolucionario. Como explicara Andrés Izarra, un ex productor periodístico de RCTV que renunciara luego de los episodios de 2002 para ocupar cargos clave como ministro y en la señal Telesur, a El Nacional de Caracas en una entrevista del 8 de noviembre de 2007, la expansión de la

política comunicativa gubernamental responde a los imperativos de una guerra gramsciana –una guerra no incompatible con el pluralismo, según aclara– por las mentes y los corazones a favor del socialismo y contra la hegemonía capitalista reproducida por los medios privados.

La reciente llegada de Rafael Correa a la presidencia de Ecuador exhibe ciertas similitudes con el caso venezolano. La llegada al poder de este outsider de la política, con formación de economista académico en vez de militar, prescindió de apoyatura en una organización político-partidaria preexistente. Su campaña combinó tópicos populistas clásicos, un lenguaje basado en los afectos y las emociones, y el uso de técnicas de comunicación modernas y sofisticadas (Conaghan 2008). Inmediatamente después de las dos campañas electorales consecutivas que lo condujeron al palacio de Carondelet (venció al empresario bananero Noboa en una segunda vuelta electoral), el gobierno entrante abrió un proceso de reforma que llevó a la elección de una Asamblea Constituyente. El éxito de Correa en construir una mayoría para reformar la carta constitucional le permitió comenzar su presidencia sobre una fuerte base de poder a la que en los años anteriores de inestabilidad política ningún otro liderazgo había podido aspirar. Su arriesgada jugada de competir por la presidencia sin presentar candidatos legislativos le evitó la necesidad de entrar en componendas con los partidos tradicionales. Con esa libertad, el discurso de campaña de Correa combinó el rechazo del neoliberalismo y el desdén por la vieja y desprestigiada clase política ("la partidocracia"). Esto le permitió definirse como el hombre nuevo, libre de vínculos con las élites socia-

les y políticas, cercano al pueblo, y como alguien dispuesto a revertir una larga era de dominación de intereses minoritarios. En los inicios de su ascenso político, Correa no contó con otro instrumento que la apelación directa al pueblo a través de los medios. Sus campañas se destacaron por un uso extenso de spots radiales y televisivos, por innumerables apariciones públicas y el uso racionalizado de recursos como Internet para llegar a segmentos particulares del electorado. Después de la elección de constituyentes, tuvieron lugar otro referendum para aprobar el nuevo texto y una nueva elección presidencial bajo la nueva Constitución. Esto condujo a que el gobierno naturalizara un estilo de gobierno en "campaña permanente" (Conaghan 2008). Vinicio Alvarado, un hombre proveniente de la publicidad comercial y su principal asesor de campaña, pasó a ser el funcionario a cargo de la comunicación gubernamental y fue nombrado, significativamente, como Secretario General de la Administración Pública de la presidencia. Como ha sido observado: "El *war room* de la elección de 2006 fue recreado en el palacio presidencial" (Conaghan y De la Torre 2008: 274).

Desde el comienzo de su presidencia, Correa inauguró un programa semanal de radio transmitido los sábados en todo el país. El gobierno ecuatoriano suele combinar con mucha eficacia este dispositivo comunicativo con un "gabinete itinerante", una práctica que mantiene al gobierno en una suerte de campaña mediante la cual "llega" a las comunidades locales para escuchar sus problemas y transmitiendo este contacto en directo a través de los medios de alcance nacional (Conaghan y De la Torre 2008: 275). Si bien este tipo de emi-

siones radiales presidenciales tiene antecedentes en el Ecuador, los adversarios de Correa se han apurado en ver la similitud de estilo con el colega venezolano. Por otra parte, este recurso, que permite impactar políticamente a nivel local a la vez que se apela a audiencias nacionales, observable en Venezuela, también puede ser detectado, con variaciones, en las presidencias de Lula, Evo Morales, los Kirchner o Uribe, entre otros.

En otro paralelo con Venezuela, Correa ha hecho un uso extensivo de las "cadenas" entre otros recursos de acceso directo al público, especialmente durante los momentos cúlmine de campaña electoral. Durante la campaña por el referendum de aprobación del nuevo texto constitucional, por ejemplo, el gobierno impuso –si bien luego de cierta negociación– la transmisión obligatoria de un programa llamado "Conociendo la Constitución", invocando la aplicación de una ley de medios existente que prevé el uso público para fines educativos de espacios en la televisión privada. Esta medida disparó un debate por parte de periodistas y propietarios de medios que resistieron el mandato, en tanto cuestionaban el carácter educativo de unos contenidos que juzgaban partisanos.

A la vez, Correa tiende a evitar las conferencias de prensa y el diálogo con el periodismo. En tal sentido, presenta uno de los ejemplos más claros del rasgo común de intentar un *by-pass* del periodismo como mediador ante la opinión pública.

A través de estas plataformas y de otras oportunidades discursivas, Correa acostumbra lanzar en público sus fuertes críticas a los medios y a las instituciones de prensa. En una respuesta al reporte de 2009 de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), Correa cuestionó la legitimidad de la orga-

nización denunciando que el único compromiso de esta asociación que reúne a los propietarios de los grandes medios es con "la libertad de hacer negocios". En su mirada, la prensa ecuatoriana no se diferencia de la del resto de la región: "Como en muchos países de Latinoamérica, lo que existe en una prensa corrupta y mediocre que cumple un rol político" (Página 12, 27/4/2009: 3). En efecto, desde le inicio de su presidencia ha definido a los grandes medios como "defensores del status quo", como "poderes fácticos" que "siempre han estado contra los gobiernos progresistas de América Latina" (RSF IA 2008). Sin permanecer en definiciones genéricas, Correa apunta explícitamente a las instituciones bancarias como los intereses poderosos acostumbrados a los favores de la clase política del pasado. Esta posición de privilegio se plasma en la persistencia de la propiedad de las principales cadenas de televisión que preserva un poder injustificado en manos del sector financiero: "Ud. habla de regular la tasa de interés o de disminuir los costos de los servicios bancarios [...] y Ud. verá como enseguida se monta una campaña en su contra." Esta caracterización está presente y es común cuando el presidente califica de "empleados bancarios" a sus críticos en los medios de comunicación (Conaghan y De la Torre 2008: 278-279).

Estos diagnósticos sobre la "correlación de fuerzas" están presentes en los impulsos regulatorios del gobierno. Una de las innovaciones en la nueva Constitución es la prohibición a la propiedad de medios de comunicación por parte de instituciones bancarias. A su vez, durante 2008 el gobierno "incautó" y mantuvo bajo control estatal a emisoras de radio y televisión ligadas a bancos que habían sido beneficiados por

salvatajes fraudulentos en administraciones previas. Desde la prensa, los críticos del gobierno han sostenido que estas intervenciones esconden el propósito gubernamental de controlar más medios con fines propagandísticos.

Sin embargo, no se trata de medidas aisladas. Con los altos índices de popularidad de sus primeras etapas, el gobierno de Correa ha desplegado con éxito múltiples iniciativas destinadas a alterar el paisaje mediático a través de medidas regulatorias. Conartel, la agencia estatal de telecomunicaciones, ha iniciado un proceso sistemático de auditorías y ya ha removido algunas licencias de radio. Una cláusula provisoria de la nueva carta constitucional prevé una revisión de unas 1200 licencias de radio y televisión a la vez que el texto permanente otorga rango constitucional a los medios comunitarios y estipula la creación de un nuevo Sistema Nacional de Comunicaciones.

El aspecto más visible del activismo gubernamental en el Ecuador ha sido, en efecto, la creación de un sistema de medios públicos. La primera medida fue el lanzamiento de un diario estatal, El Telégrafo, constituido sobre un viejo periódico de Guayaquil que había quedado en bancarrota. En un país en el que no había existido la televisión pública, en noviembre de 2007 el gobierno creó Ecuador TV. En agosto de 2008 Correa inauguró, a su vez, la Radio Pública de Ecuador, como sucesora de la vieja y casi inutilizada Radio Nacional. En la ceremonia de apertura de esta última, el presidente defendió estos medios públicos, respondiendo tácitamente a quienes trazaron paralelos con la situación venezolana: "Estos no son medios del gobierno, pertenecen a todos los ecua-

torianos tal como los tienen muchos otros países latinoamericanos y prácticamente todos los países desarrollados [..;] en las manos de malos gobiernos estos medios públicos pueden ser terribles, pero todo puede ser terrible en las manos de malos gobiernos. Bien manejados, los medios públicos son tremendamente positivos para una sociedad porque no tienen el profundo dilema entre el bolsillo y el compromiso social de comunicar objetivamente." ("Correa relanzó hoy la radio estatal prometiendo respetar la libertad de prensa", El Comercio 27/8/2008)

En Bolivia, a diferencia de los dos casos anteriores, la confrontación con los medios de comunicación y con la prensa es previa a la llegada al poder del movimiento indigenista y su instrumento político, el Movimiento al Socialismo (MAS). El discurso inaugural de la presidencia de Evo Morales pone en evidencia como en la etapa de ascenso al poder, el movimiento de base indigenista ya estaba enfrascado en una amarga lucha con los medios: "Gracias, quiero reconocer a algunos medios de comunicación, profesionales que permanentemente nos recomendaban para aprender. Pero también algunos periodistas o periodistas mujeres, permanentemente satanizaron la lucha social; permanentemente nos condenaban con mentiras. Estamos sometidos por algunos periodistas y medios de comunicación a un terrorismo mediático, como si fuéramos animales, como si fuéramos salvajes." (22-01-2006)

En efecto, desde los episodios conocidos como "La Guerra del Agua" y "La Guerra del Gas", la mayor parte de las cadenas televisivas y la gran prensa de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz de la Sierra privilegiaron sus intereses corporati-

vos, sociales y políticos por encima de los estándares periodísticos en la cobertura de la movilización popular y las protestas que emergieron en 2003. Uno de los aspectos más evidentes fue la decisión de las cadenas de poner en pantalla las películas más taquilleras de las que disponían durante los episodios de represión policial en el centro de La Paz que dejaron 63 muertos en las calles. Esta clase de comportamientos puso fuertemente en cuestión la credibilidad de los grandes medios para una parte importante de la sociedad boliviana.

En oposición a estos sesgos y silencios de los medios privados se situó una importante red de radios comunitarias y un nuevo grupo de publicaciones periódicas (por ejemplo, Pulso y El Juguete Rabioso) que, incluso desde puntos de vista liberal-republicanos, criticaron severamente a los medios vinculados al *establishment* (Gómez Vela 2006). Con posterioridad, algunos de los periodistas ligados a los mismos, como Walter Chávez[6], asumirían puestos relevantes en el área de la comunicación gubernamental; otros, en cambio, se convirtieron en críticos de la presidencia de Evo Morales, enfatizando los rasgos autoritarios e iliberales de su estilo de gobierno.

Las relaciones del MAS con la prensa no cambiaron de signo con el arribo al gobierno. En las primeras etapas, la cobertura de la prensa se concentró en atacar la política de na-

[6] El periodista peruano y ex militante del MRTA Walter Chávez ocupó un cargo clave en el gobierno de Evo Morales. El pedido de extradición desde el Perú y la presión de la prensa boliviana sobre la cuestión de su pasado, obligaron al gobierno a desplazarlo de su rol oficial.

cionalización de los hidrocarburos. El principal rival, en dicha etapa, fue el diario La Razón de La Paz, propiedad del grupo español Prisa, acusado por el gobierno de operar como lobbista de los intereses españoles en el sector de hidrocarburos y servicios.

Desde los inicios, sin embargo, la polarización entre los medios y el gobierno está fuertemente vinculada a la polarización y relativa superposición de los clivajes étnico, regional y de clase. Esto se debe a que buena parte de los grandes medios bolivianos, especialmente la televisión, están ligados a las élites de la llamada "Media Luna". Las élites de las tierras bajas del oriente boliviano perdieron, con la llegada de Evo Morales al poder, su influencia política a nivel del estado central. Sus tradicionales aliados políticos perdieron capacidad organizativa y electoral. Esto parece explicar su repliegue hacia un autonomismo radicalizado (Eaton 2007). Esta polarización ulterior no ayudó a revertir las prácticas mediáticas hacia estándares más profesionales. En tal sentido, es llamativo que algunas ong's de defensa del periodismo y organizaciones internacionales de prensa se vieran compelidas a criticar abiertamente las prácticas en los medios privados bolivianos. El Comité para la Protección de Periodistas reconoce en su informe de 2007 que los medios bolivianos se volvieron vulnerables a las críticas gubernamentales que observan un sesgo favorable a los grandes intereses privados en tanto "permiten desviaciones de las reglas éticas y bajos estándares de calidad". Incluso la conservadora y antipopulista Sociedad Interamericana de Prensa tuvo que admitir en su Reporte de la asamblea General de 2007 que "algunas de las críticas del

gobierno podrían estar justificadas dado el parcial y, al mismo tiempo, irresponsable tratamiento que, especialmente algunas estaciones de radio y televisión, dan o dieron a ciertas informaciones.”

Desde la presidencia, Evo Morales ha mantenido el hábito de interpelar al público con un discurso fuertemente crítico de los medios y la prensa. Es frecuente que Morales, narrando ejemplos de los modos de cobertura periodística, llame al pueblo a juzgar por sí mismo las “distorsiones” y “desinformaciones” de los medios. Las interpretaciones que ofrece el presidente sobre su comportamiento concluyen generalmente en ver reflejado en él los intereses de “la derecha”, “la oligarquía”, “el imperialismo” o “los poderosos”. Pero lo que sobresale en el discurso presidencial sobre los medios es la dimensión étnica. La voz de los medios es con frecuencia caracterizada como la voz de unos racistas resentidos que añoran una dominación ahora relegada al pasado. En un discurso ante la Federación de sindicatos agrarios, por ejemplo, Morales recordó la necesidad de “combatir a esos medios que todos los días nos combaten, que todos los días nos denigran, que todos los días nos humillan, que todos los días nos ofenden con mentiras” (14/2/2006). Es frecuente, en tal sentido, que responda a los cuestionamientos a la compatibilidad de la agenda multicultural del gobierno con los valores modernos: “Quiero dejar en claro un tópico muy importante, algunos medios nos satanizan, penalizan nuestra justicia comunitaria; piensan que la pena de muerte es justicia comunitaria. Totalmente falso”.

En los inicios del gobierno, Evo Morales insistió en hacer la distinción entre propietarios de medios y periodistas: “El

sistema capitalista usa a los medios contra el gobierno [...] A nivel de los periodistas, ellos me aprecian; son los propietarios los que hacen campaña contra mi gobierno" (CPJ 2007). Si bien el gobierno mantiene el apoyo de un importante sindicato de trabajadores de prensa, la polarización ha ingresado en el campo periodístico boliviano. A fines de 2008 se alcanzó un nuevo pico. Luego de que La Prensa de La Paz publicara unos titulares de portada en los que se denunciaba la "luz verde" presidencial en un caso de contrabando, el mandatario respondió, durante una conmemoración pública transmitida en directo por televisión, exigiendo al corresponsal de La Prensa, presente en la ocasión, pasar al frente y probar públicamente la acusación hecha por el diario para el cual trabaja. El reportero en cuestión permaneció en silencio. Luego de este episodio de humillación pública se elevaron numerosas protestas por parte de diversas asociaciones de prensa, a las cuales el presidente respondió declarando que no volvería a invitar a corresponsales de los medios nacionales. Este incidente reciente distanció aún más a muchos periodistas, incluso a muchos que simpatizaban con el gobierno.[7] Morales hizo explícita esta ruptura con el periodismo cuando declaró que "sólo el 10% de los periodistas tiene dignidad" (SIP 2009).

En cuanto a las prácticas de comunicación directa, si bien desde sectores del gobierno se insinuó varias veces la inten-

[7] Una entrevista del autor con corresponsales internacionales en La Paz durante enero de 2009 revela que, más allá de las simpatías ideológicas, estas ofensas al *ethos* profesional tienen un efecto significativo en las actitudes de los periodistas más jóvenes hacia Evo Morales.

ción de lanzar emisiones presidenciales regulares en radio y televisión, parecen haberse privilegiado unos formatos diferentes. La mayor parte de las bases de apoyo del gobierno se encuentran en las áreas rurales del altiplano. La población campesina de estas vastas áreas rurales está, además, etnolingüísticamente dividida. Si bien el presidente es de origen Aymará, sólo habla español. La ausencia de una audiencia nacional unificada vuelve así inadecuada una estrategia basada en la centralización del mensaje. En cambio, enmarcada en los movimientos sociales que movilizan los apoyos gubernamentales, la política privilegiada ha consistido en apoyar y expandir la ya existente red de radios comunitarias. Con financiamiento venezolano, el gobierno ha creado la Red de los Pueblos Originarios de Bolivia. En contraste con la relativamente baja penetración territorial de la televisión, las radios locales comunitarias cuentan con un fuerte arraigo en Bolivia. Introducidas por los Jesuitas, los mineros desarrollaron una fuerte tradición en la que se asienta la red.[8]

Si bien existe una televisión pública, su alcance es limitado, especialmente en el oriente, donde los grupos autonomistas destruyen regularmente las antenas de transmisión y otras infraestructuras. En enero de 2009 se lanzó un diario estatal llamado Cambio, mientras el gobierno anunció la creación de otros dos periódicos.

Durante los ríspidos debates en la Convención Constituyente algunos avances en materia de regulación de medios

[8] Entrevista del autor con el periodista y editor Hugo Moldis, La Paz 28/1/2009.

fueron intentados por la mayoría gubernamental. En el texto definitivo de la nueva Constitución quedaron algunas cláusulas sobre "responsabilidad" y "veracidad" como criterios para la regulación del contenido mediático. No obstante, en las negociaciones con parte de la oposición parlamentaria para su aprobación, el gobierno acordó dejar el ejercicio de estos mecanismos en las manos de los códigos de ética y la autorregulación de las instituciones mediáticas. Por otra parte, en tiempo muy reciente, el gobierno estableció un mandato obligatorio por el cual las publicaciones deben dar a los periodistas sindicalizados y a los trabajadores de prensa un espacio cotidiano para expresar sus opiniones.

Bolivia constituye un caso en el que el conflicto del actor estudiado es previo a la experiencia de gobierno. En ello, el caso de Evo Morales y el movimiento que lo llevó al gobierno se asemeja más a la experiencia de Lula y el PT en Brasil o al caso del Frente Amplio en Uruguay que a las trayectorias de Correa y Chávez a la presidencia. En el caso venezolano, los medios se concentraron en la crítica de la vieja clase política de la que Chávez se distinguía nítidamente (Mayorbe 2002, Cañizalez 2003). Por su lado, Correa pudo capitalizar en la campaña su autopresentación de hombre nuevo sin que esta fuera contrariada desde el periodismo. La contraimagen de populista recalcitrante frente a la que logró definirse estaba ocupada por su rival Noboa (Conaghan 2008).

Como en los casos de Venezuela y Ecuador, la llegada de Néstor Kirchner a la presidencia estuvo signada por el colapso previo del sistema de partidos. En Argentina, el punto cúlmine de dicha crisis política había sido alcanzado en diciem-

bre de 2001, luego de una serie de saqueos, disturbios y masivas protestas callejeras por parte de las clases medias urbanas. La extrema crisis de la dirigencia política (el lema de las protestas rezaba: “que se vayan todos”) culminó en la caída del gobierno de De la Rua al que siguió un período de inestabilidad institucional que se cerró con la asunción de Kirchner en 2003. Sin embargo, a diferencia de Chávez y Correa, el hasta entonces ignoto gobernador de una provincia patagónica arribó a la presidencia de la mano de un sector importante del peronismo partidario, cuya capacidad de movilización electoral entre sectores de la sociedad de bajos recursos sobrevivió a la crisis que pulverizó a los demás partidos. No obstante, el kirchnerismo nació anunciando una “renovación de la política” destinada a dejar atrás la “vieja política” de la cual el propio peronismo formaba parte. Con este discurso, Kirchner inició su presidencia apelando a los sectores medios urbanos no peronistas, los “huérfanos” de representación político-partidaria dejados por la crisis (Torre 2003) y, como consecuencia, a los más expuestos a la influencia de los medios en la presentación de la realidad política.[9] La incomodidad inicial de Kirchner con la prensa y su adopción de una estra-

[9] Kirchner admitía entonces explícitamente que la crisis de 2001 constituía la experiencia pretérita que dio forma a su estilo de comunicación política. Durante la campaña para las elecciones intermedias de 2005 llegó a declarar que los gobiernos que no ejercen una campaña permanente “se van en helicóptero”, aludiendo a la imagen que simboliza la caída de De la Rua en la memoria colectiva.

tegia ofensiva en la esfera pública estuvieron condicionadas por las dificultades en "llegar" con su mensaje –dada la forma en que éste era filtrado por el periodismo– a un segmento políticamente relevante de la opinión pública. Filtrados a través de las narrativas periodísticas, el gobierno veía sus esfuerzos de autopresentación como la "nueva política" transformados en una imagen de "más de la misma" vieja política (Kitzberger 2005).

En su discurso público sobre la prensa y los medios, los Kirchner comparten el núcleo del encuadre de los populistas de izquierda. El rasgo peculiar que detentan es su presentación de los intereses antipopulares que expresan los medios insistiendo en sus vínculos con el "neoliberalismo" y la "dictadura". Tanto Néstor Kirchner como Cristina Fernández de Kirchner han enfatizado repetidamente que durante los "noventa" la política perdió su lugar y fue colonizada por "poderes fácticos" que dominaron la esfera pública mediática con un "discurso tecnocrático" tendiente a desacreditar toda visión política que escape a los imperativos del mercado. En esta visión, el periodismo ocupa el rol –consciente o inconsciente– de agente funcional a estos poderes e intereses. Se sigue de este discurso que dicho espacio debe ser disputado y reocupado. Desde el gobierno se ha forjado así el hábito de protestar públicamente ante las formas sesgadas en las que la prensa encuadra las noticias, apuntando a la arbitrariedad de los destaques ("la letra de molde") de ciertos hechos o palabras.

Si bien en los primeros días de su gobierno ella había insinuado que asumiría una actitud menos confrontativa con la prensa que su esposo, Cristina Fernández inauguró su presi-

dencia criticando públicamente a los medios al identificarlos con la oposición y recordando sus responsabilidades dado el carácter asimétrico de su poder. Incluso antes del conflicto con el sector agrario en 2008, utilizó con frecuencia los discursos institucionales para ejercitar la crítica acerca de la forma en que los medios construyen el "relato" de la realidad, siempre citando algún ejemplo de la prensa del día, de forma similar a los casos arriba descriptos.

Néstor Kirchner y su esposa carecen de las cualidades telegénicas de Chávez o Correa. El contacto directo con las audiencias a través de programas regulares de radio o televisión no parece haber sido una opción. El dispositivo de comunicación directa se ha conformado en base a una serie de prácticas que el periodismo argentino ha calificado como "el atril asesino". Estas consisten básicamente en aprovechar mediáticamente las frecuentes oportunidades institucionales que ofrece la presidencia –ceremonias oficiales, inauguraciones, visitas oficiales, etc. – para instalar el mensaje en forma unilateral. El dispositivo se completa de la siguiente forma de acuerdo a la descripción crítica que ofrece un diario de Buenos Aires: en la mañana algún ministro "baja la línea del gobierno" en los programas radiales de actualidad, luego el presidente utiliza el atril para reforzar el tópico deseado y, finalmente, "el sistema reactivo del gobierno inmediatamente autoriza al resto de los dirigentes kirchneristas para hablar, obviamente, sosteniendo la línea" ("Los Fernández y el atril marcan otra continuidad", La Nación 14/12/2007). Simultáneamente, en lo que concierne a la actitud respecto del cuerpo de periodistas, el gobierno ha mostrado ambivalencias si-

milares a las de sus colegas de Bolivia y Ecuador. Con pocas excepciones, el gobierno ha rechazado entrevistas y la realización de conferencias de prensa, a la vez que con frecuencia pretendió distinguir entre periodistas y propietarios de medios. Pero en términos generales, su comportamiento y su inclinación a colocarlos públicamente como instrumentos de sus empleadores, resultan irritantes e hirientes para el orgullo profesional de los periodistas.

Así, detrás de las diferencias ideológicas o los intereses corporativos que pueden incidir en el conflicto entre el gobierno y las organizaciones mediáticas, parece operar una tensión –menos observada– que involucra las prácticas del periodismo profesional. Los periodistas pueden llegar a sentirse existencialmente amenazados cuando los gobiernos hacen justificaciones públicas de su apetito por la comunicación directa y de su inclinación a "puentear" al periodismo. Como alguna vez declarara el Secretario de Medios de los Kirchner: "El problema es que los periodistas no entienden que el presidente tiene un estilo [...]. El presidente se comunica directamente con el pueblo. Es un acto de arrogancia decir, como hacen ciertos periodistas, que el presidente comete un error porque carece de mediaciones. Eso es lo que le duele a los periodistas: ya no son necesarios." ("Los periodistas ya no son intermediarios necesarios", La N ación 4/2/2007) Por otra parte, en contraste con sus predecesores, el gobierno ejerce un fuerte control vertical sobre las fuentes que está en tensión con las necesidades institucionales del periodismo. Como sostuvo un veterano periodista argentino, los gobiernos anteriores usaban a las fuentes para dirimir sus disputas facciosas

y estructurando así un patrón de relaciones periodista-político, "pero llegó el kirchnerismo e impuso modificaciones a estas reglas de juego". (Julio Blanck, "Cristina Kirchner renueva la batalla por la construcción de la realidad", Clarín 1/12/2007)

En las primeras etapas de su gobierno, la ofensiva estratégica parece haber dado buenos resultados políticos. Hacia fines de la presidencia de Kirchner, y especialmente desde el principio del mandato de su esposa, la confrontación con la prensa y los medios se ha radicalizado. Sin embargo, en esta radicalización, a diferencia de los casos anteriores, los Kirchner parecen haber perdido credibilidad y ascendente en el juego por la opinión pública.

A diferencia de los casos anteriores, los gobiernos de los Kirchner se apoyaron más en una política de cooptación de ciertos empresarios de medios privados que en la ampliación de medios públicos. Ayuda financiera o asignaciones de presupuesto en publicidad fueron pragmáticamente negociadas a cambio de espacio y tratamiento positivo.[10] Por el otro lado,

[10] Los críticos del gobierno han sostenido sistemáticamente que la actitud hacia la prensa y los medios es autoritaria y la atribuyen a factores como la cultura política "setentista" (Novaro 2007), los hábitos de gobierno traídos de la Provincia de Santa Cruz (Curia 2006), o, más en general, a un estilo chavista de comunicación política. A pesar de estos precedentes, importantes aspectos como el descripto disciplinamiento de fuentes ("*keeping on message*"), las llamadas a las redacciones para protestar coberturas y otras, asemejan más a las prácticas del estilo *war room* que forman parte de la modernización de la comunicación política a nivel global (Kitzberger 2009).

el uso de los medios públicos ha tenido un rol relativamente marginal en la disputa por la esfera pública. Con la excepción de un canal educativo de cable que no ha jugado un rol político, los Kirchner no han tenido una política de creación de nuevos medios públicos. Hasta la fase tardía de radicalización tampoco han tenido una política de cooptación o alianzas con los medios comunitarios.

En cuanto al aspecto regulatorio, el caso Argentino ha mostrado un *timing* diferente a los demás. Durante la presidencia de Néstor Kirchner, y cuando mantenía sus niveles más altos de popularidad, el gobierno sancionó leyes y tomó medidas que favorecieron a los grandes grupos de medios (las principales medidas fueron la "Ley de industrias culturales" y la prórroga a las licencias de televisión abierta) alegando que la organizaciones mediáticas necesitaban asistencia y tiempo para recuperarse de la crisis de 2001. También autorizó fusiones en el mercado de la televisión por cable que consolidarían una posición dominante al poderoso Grupo Clarín.

El cambio se daría en una fase tardía y en un momento de fuerte baja en popularidad y pérdida de aliados. Con posterioridad al conflicto agrario de 2008, que concluyó con una derrota de la política gubernamental en el Congreso, y colocado en una posición de suma debilidad, el gobierno pasó a la ofensiva con la iniciativa de una nueva ley de medios basada en una propuesta construida a lo largo de los años por amplios sectores de la sociedad civil y apoyada por sectores progresistas y de la izquierda con cuyo apoyo el gobierno logró la sanción parlamentaria. La nueva ley, promulgada a fines de 2009, prevé un fuerte reacomodamiento del escenario me-

diático en tanto posee, entre otras cosas, cláusulas muy restrictivas en lo que concierne a la concentración y propiedad de los medios privados, de un lado, y establece una significativa ampliación del rol del Estado y la sociedad civil sin fines de lucro en la comunicación. Si bien la iniciativa ha sido saludada por sus aspectos democratizantes por los sectores más progresistas de la opinión pública, la iniciativa ha sido percibida como una venganza personal por el apoyo de los medios masivos al "campo" durante el conflicto del año anterior. Con la nueva Ley de Servicios Audiovisuales, la confrontación con los medios, y en especial con el Grupo Clarín, ha alcanzado un grado extremo de radicalización en los que ambas partes han dejado de lado las mediaciones institucionales para enfrentarse al desnudo.

En suma, detrás de las diferentes trayectorias y de las especificidades reseñadas, parece posible constatar la existencia de un núcleo común en torno a los ejes del discurso público sobre los medios, ciertas prácticas de comunicación directa y la presencia de significativos impulsos regulatorios del espacio público mediático. Como paso siguiente se propondrá elaborar algunas hipótesis que permitan pensar estas novedades.

Algunas hipótesis explicativas

Asumiendo analíticamente el activismo gubernamental (sus variaciones en prácticas y en intensidad de la confrontación con los actores de la esfera pública) como la variable dependiente, como el fenómeno a ser explicado, se intentará –a

continuación– la elaboración de algunas hipótesis que invocan posibles factores explicativos asumidos esquemáticamente como variables independientes.

Las diferentes variables que a priori parecen tener importancia a la hora de construir hipótesis explicativas sobre variación, pertenecen a niveles muy heterogéneos como la sociedad, el ámbito de las ideas y las tradiciones políticas, la estructura de actores del sistema político, las agendas de política pública de los propios gobiernos o los rasgos del sistema de medios.

****

Las siguientes son algunas de las hipótesis y preguntas que se pueden postular a partir de una serie de variables explicativas para dar cuenta de la variación en el tipo de activismo mediático y su performance política. Estos puntos no excluyen que, desde ya, pudieran considerarse otras posibilidades relevantes.

1. El primer punto está ligado al peso que debe ser atribuido a la difusión de la experiencia chavista frente al peso relativo de contextos o tradiciones políticas locales. ¿En qué medida influyó en los otros cuatro casos el ejemplo de comunicación política gubernamental ofrecida por Hugo Chávez? Este problema se vincula con estas otras preguntas: ¿Hasta qué punto es la coincidencia de estos activismos el producto de desarrollos endógenos paralelos? ¿Qué peso tienen, en cada caso, tradiciones políticas o contextos locales? Ante la tesis de la difusión aparecen algunos relatos de caso que enfatizan fac-

tores genéticos locales en la explicación de los activismos. Paralelamente, el proceso de difusión de la experiencia política venezolana en este terreno no se limita a una mera imitación espontánea. De hecho, el gobierno Bolivariano ha tenido una activa política de promoción regional de medios y discursos informativos alternativos a los actores dominantes en el mercado, de las cuales la cadena regional Telesur constituye únicamente la cara más visible.

2. Parece existir una correlación entre intensidad del fenómeno y la medida en que las políticas de estos gobiernos afectan intereses económicos y sociales. La radicalización gubernamental en la esfera de los medios parece guardar alguna correspondencia –como reacción o anticipación– con las políticas (especialmente en el campo de la economía política) que pueden afectar intereses organizados poderosos. Esta hipótesis, corriente en las interpretaciones del fenómeno, debe ser testeada considerando la estructura de propiedad de los medios en cada uno de los casos y sus vínculos con dichos intereses.

3. Los sistemas de partido y los tipos de liderazgo constituyen otra dimensión explicativa relevante. La situación de la política partidaria resulta relevante en la explicación de diferencias entre casos. La ocurrencia de colapsos de los sistemas de partido en momentos previos al ascenso de los gobiernos en cuestión, está ligada a la radicalización o intensificación del activismo. Venezuela y Ecuador, por ejemplo, son ejemplos donde derrumbes previos de la política partidaria tradicional no solo condujeron a que *outsiders* de la política emer-

gieran como líderes personalistas, sino que a su vez los orientó al uso de apelaciones directas a través de los medios como principal recurso de movilización. De este modo, donde los partidos son débiles en la movilización de apoyos o en los lazos con la sociedad, parecen ganar relevancia los liderazgos personalistas y centrados en el activismo mediático. Simultáneamente, donde la política partidaria es débil, los medios tienden a convertirse, supletoriamente, en la arena en la que las voces opositoras buscan ganar acceso público.

4. Otro aspecto relevante está constituido por la así llamada organización de la sociedad civil. Este fenómeno global está ligado a nuevas formas de contestación política que desafían a la construcción de mayorías electorales como fuente exclusiva de legitimidad política. Argentina parece sugerir una hipótesis a testear sobre la relación entre la fortaleza de la sociedad civil y la performance política de las estrategias activistas de los gobiernos considerados, en la medida que, impulsado originariamente por la fortaleza de su movimiento de derechos humanos, es un caso notable de desarrollo de una sociedad civil en el período postransición. Este desarrollo ofreció un repertorio de categorías al cuestionamiento a la política partidaria que hizo eclosión en diciembre de 2001. Este cuestionamiento a la política, no desaparecido con dicha crisis, parece enfatizar y reforzar la tendencia institucional general del periodismo consistente en disputar representatividad a la política ante la opinión pública. En suma, donde la organización de la sociedad civil constituye un entramado más fuerte y desarrollado, la movilización mediática de estos lide-

razgos populistas de izquierda parece encontrar mayores resistencias.

Por otra parte, dado que en los casos considerados ha sido frecuente que la movilización opositora se presente a sí misma como representando a la sociedad civil ("movimientos cívicos", "paros cívicos"), parece relevante contrastar estas autopercepciones.

5. La performance política de las estrategias de activismo mediático parece relacionarse también con variables socioculturales y del sistema de medios. En países como Argentina, las estrategias de escalar la politización del conflicto con los medios parece haber sido menos exitosa en términos de popularidad e imagen pública gubernamental. Estos resultados podrían vincularse a la existencia en estos países de sectores medios urbanos y secularizados proporcionalmente más numerosos, de un lado, y a la existencia de instituciones periodísticas y de medios más diferenciadas, profesionalizadas y autónomas las que, a su vez, gozan mayores niveles de credibilidad y legitimidad pública, por el otro. El contraejemplo del caso boliviano abonaría esta hipótesis en tanto la debilidad de los estándares profesionales y é ticos de la práctica periodística, traducidos en coberturas inocultablemente sesgadas a favor de los intereses de los grupos propietarios de medios, ha hecho creíbles las denuncias públicas del gobierno contra estas instituciones.

6. Algunos rasgos del activismo gubernamental pueden ligarse también a factores socioculturales y a la penetración y alcance de los medios masivos de comunicación. En el caso

de Bolivia, por ejemplo, el clivaje etnolingüístico, la alta proporción de población rural que habita en zonas de difícil acceso a la infraestructura moderna, y la consecuente escasa penetración de los medios a nivel nacional, determina los rasgos descentralizados sobre la base de una red de radios comunitarias que ha asumido la comunicación directa gubernamental.

Bibliografía

Cañizález, Andrés; "De mediadores a protagonistas. Crisis política, medios y comunicación en Venezuela", *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, Nr. 16, 2003

Castañeda, Jorge; "Latin America's Left Turn", *Foreign Affairs* 85, 3, 2006

Conaghan, Catherine; *Fujimori's Perú: Deception in the Public Sphere*, University of Pittsburgh Press, Pittsburgh, 2005.

Conaghan, Catherine; "The Passions and the Furies of Rafael Correa: Synthesis and Revolution in Ecuador", *paper presented at the Conference*: *Latin America's Left Turn: Causes and Implications*, Harvard University, April 2008.

Conaghan, Catherine and Carlos De la Torre; "The Permanent Campaign of Rafael Correa: Making Ecuador's Plebiscitary Presidency", *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 13, Nr. 3, 2008.

Eaton, Kent; "Backlash in Bolivia: Regional Autonomy as a Reaction against Indigenous Mobilization", *Politics & Society*, vol. 35, nro. 1, 2007.

Fox, Elizabeth and Silvio Waisbord (Eds.), *Latin Politics, Global Media,* University of Texas Press, Austin, 2002

Gómez Giraldo, Juan Carlos; "El régimen de comunicación política del presidente Álvaro Uribe Vélez", *Revista Palabra-Clave,* Nr. 13, Diciembre 2005.

Hallin, Daniel and Stylianos Papathanassopoulos, "Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective", *Media, Culture and Society*, 24, 2, 2002.

Hallin, Daniel and Paolo Mancini, *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge University Press, Cambridge, 2004.

Helms, Lutger; "Governing in the Media Age: The Impact of the Mass Media on Executive Leadership in Contemporary Democracies", *Government and Opposition*, Vol. 43, Nr. 1, 2008.

Hughes, Sallie; *"From the Inside Out. How Institutional Entrepreneurs Transformed Mexican Journalism",* The Harvard International Journal of Press/Politics, *8, 3, 2003.*

Hughes, Sallie y Chapell Lawson; "The Barriers to Media Opening in Latin America", *Political Communication*, 22, 1, 2005.

Kernell, Samuel; *Going Public: New Strategies of Presidential Leadership*, CQ Press, Washington, 1997.

Kitzberger, Philip; "La prensa y el gobierno de Kirchner frente a la opinión pública", en AA.VV., *Argentina en perspectiva. Reflexiones sobre nuestro país en democracia*, Instituto Torcuato Di Tella – La Crujía, Buenos Aires, 2005.

Kitzberger, Philip; "Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina", en *Posdata. Revista de reflexión y análisis político*, nro. 14, 2008.

Laclau, Ernesto**; *Política e ideología en la teoría marxista***, Siglo XXI, México, ***1977.***

Levitzky, Steven and Kenneth Roberts; "Latin America's Left Turn: A Conceptual and Theoretical Overview", *paper presented at the Conference*: *Latin America's Left Turn: Causes and Implications*, Harvard University, April 2008.

Lugo Ocando, Jairo (Ed.); *The Media in Latin America*, Open University Press, Glasgow, 2008.

Novaro, Marcos; "Periodistas engreídos vs. publicistas convencidos", *Ciencias Sociales. Revista de la Facultad de Ciencias Sociales*, UBA, Nro. 66, abril de 2007.

O'Schaughnessy, Hugh; "Media Wars in Latin America", *British Journalism Review*, Vol. 18, Nr. 3, 2007.

Pérez Linán, Aníbal; *Presidential Impeachment and the New Political Instability in Latin America*, Cambridge University Press, Cambridge, 2007

Petcoff, Teodoro; "Las dos izquierdas", *Nueva Sociedad* 197, 2005.

Ramírez Gallegos, Franklin; "Posneoliberalismo y decisionismo en Ecuador", *Umbrales de América del Sur*, año 2, abril-julio 2008.

Tanner Hawkins, Eliza; "Conflict and the Mass Media in Chávez's Venezuela", *paper presented at LASA Congress*, Dallas, March 2003

Torre, Juán Carlos; "Los huérfanos de la política de partidos. Sobre los alcances y la naturaleza de la crisis de representación partidaria", *Desarrollo Económico*, Vol. 42, Nr. 168, 2003.

Waisbord, Silvio; *Watchdog Journalism in South America. News, Accountability and Democracy*, Columbia University Press, New York, 2000.

Waisbord, Silvio; "Media Populism: Neo-Populism in Latin America",in Gianpietro Mazzoleni, Julianne Stewart and Bruce Horsefield (Eds), *The Media and Neo-Populism: A Contemporary Comparative Analysis*, Praeger, Westport, 2003.

Weyland, Kurt; "Neoliberal Populism in Latin America and Eastern Europe", *Comparative Politics* 31, 4, 1999.

Reportes e Informes utilizados:

- *Informe de 63a Asamblea General de la SIP*, Miami, octubre 2007, [http://mercury.websitewelcome.com/~sipiapa/informe.php?id=3&idioma=sp&asamblea=4]
- Calos Lauría, "El momento histórico de Bolivia", *publicación del Committee to Protect Journalists*, otoño-invierno 2007, disponible en [http://www.cpj.org/boliviahistoric/index_sp.html]
- Fernando J. Ruiz, *Indicadores de periodismo y democracia a nivel local en América Latina*, Cadal – Konrad Adenauer Stiftung – Universidad Austral, nro. 3, primer semestre 2005.

- “Falta de Comunicación en la Crisis Política Venezolana”, *Reporte de la Misión de la Federación Internacional de Periodistas en Caracas,* Junio 2002.

MEDIOS, PODER Y DEMOCRACIA EN AMÉRICA LATINA

...de *celebrities* políticas, poderes *mediáticos* y democracias de *simulación*

Omar Rincón y Ana Lucía Magrini

"El poeta dejó de ser la voz de la tribu,
aquel que habla por quiénes no hablan.
Se ha vuelto nada más otro *entertainer*"

José Emilio Pacheco

La democracia es una moda obligatoria pero una débil práctica cultural en América Latina. Nos hemos inventado una democracia al gusto y estilo y capricho de nuestros *tele-presidentes* y tienen éxito. Unos dicen que es el ingreso de la matriz popular al poder, otros que son presencias autoritarias, muchos acuerdan que es pura *mediapolítica*. ¿Cómo es

esta relación entre medios, poder y democracia en América Latina? He aquí un intento de múltiple respuesta.

"La democracia es un valor aún más alto que el de una mera forma de legitimidad del poder, porque con la democracia no sólo se vota, sino que también se come, se educa y se cura" con estas palabras Raúl Alfonsín inauguró su presidencia en 1983, el primer gobierno democrático en la Argentina después de la dictadura militar (1976-1983). Con la vuelta a las democracias en el cono sur, la democracia se percibió como "solución mágica" a todos los problemas. La historia ha demostrado que sobre todo es un sistema político que funciona más como mecanismo de elección (en el que efectivamente se vota), pero "ella" no resuelve el problema de comer, ni educar, ni curar de amplios sectores de la población; para eso lo fundamental es el modelo de desarrollo. Es más, parte de la población piensa que la democracia sirve poco, porque está llena de corruptos y líderes cínicos y no solucionan sus necesidades básicas. Así hemos llegado a la democracia de simulación, una en la cual todos la usan, nadie responde, nadie se hace cargo; ni quien elige, ni quien gobierna. La ciudadanía dice "la democracia, no gracias"; los presidentes son exitosos en popularidad mediática y devienen gobernantes *celebrities*; y la *mediapolítica* triunfa pero perdiendo densidad, legitimidad ly el valor de la información.

(i) Los gobernantes / políticos *celebrities*

Los gobernantes son identificados como los responsables de la efervescencia de la democracia de simulación y del es-

pectáculo. Son unos "gobernantes" muy exitosos en las encuestas de popularidad como nunca antes. Se les llama despectivamente "populistas", por su forma de actuar en los problemas de la gente y en los medios; su estrategia es el uso de una misma lógica con diversos contenidos "ideológicos" (por ejemplo, Chávez y Uribe). Así los gobernante devienen en *telepresidentes o* líderes que gobiernan como "les da la gana", que les va muy bien en "el amor público", entretienen y motivan a su ciudadanos, producen "democracia de elecciones" y se convierten en gobiernos comunicadores y *democracias de opinión*. Así hemos llegado a *el rating como ideología* y *la simulación como política*. Ganan los *telepresidentes* (ver: http://www.c3fes.net/docs/lostelepresidentes.pdf), pierden los periodistas, los ciudadanos… y la democracia; habitamos una mediática del poder fuerte pero una cultura política débil.

Estos modos de gobernar y actuar nuestras democracias parecen documentar un neopopulismo, en cuanto expresan proyectos de corte nacional que le ponen nueva emoción a la política y atraviesan con éxito la debilidad de los partidos políticos.

Los populismos históricos (mediados del siglo XX) se configuraron desde la incorporación de las nuevas identidades colectivas (emergencia de las mayorías, clases populares y los trabajadores) bajo la idea de "pueblo". Los populismos actuales también nacen de la articulación de nuevas subjetividades (la ciudadanía expresiva, la sociedad civil organizada, ONGs, nuevos movimientos sociales y la recuperación estética y cultural de lo popular), tendientes

a la construcción de un “pueblo”. La lógica es incluir retóricamente los deseos y expectativas del abstracto pueblo hecho de electores y encuestas, para gobernar en nombre de un abstracto, llamado pueblo, al que se convoca vía medios de comunicación.

¿Qué es el populismo? Podemos aventurar que hay dos modos de comprender el concepto populismo:

CONCEPCIONES ESENCIALISTAS	vs	**CONCEPTO NO ESENCIALISTA**
El populismo es un contenido	vs	En populismo es una forma
Esfera del deber ser	vs	Esfera del ser
Fenómeno latinoamericano/tercermundista	vs	No especificidad espacial del fenómeno

Creemos que el populismo de nuestros *telepresidentes*, sería una versión no esencialista. Retomando las consideraciones de Ernesto Laclau (2005) este se encuentra caracterizado por ser (i) una forma más que un contenido, una lógica, un tipo de discurso y de articulación hegemónica; (ii) para su comprensión, el contenido del fenómeno no puede definirse aprioristicamente sin tener en cuenta el contexto; (iii) luego para comprender este fenómeno político no deberíamos hacer uso a priori de contenidos normativos o axiológicos en términos de “bueno o malo”.

Así, queremos analizar los modos del populismo actual como fenómeno flexible y constantemente disputado por diversos actores y gobernantes. Volvamos entonces al tema de los medios

de comunicación como clave para comprender el éxito de los gobernantes latinoamericanos del siglo XXI.

Países	**Escenario Político**	**Características de la Comunicación**	**Escenario Comunicativo-Mediático**
Argentina	Néstor Kirchner y la continuación del gobierno por su esposa Cristina Fernández: **neopopulismo de centro izquierda.** Los Kirchner produjeron una configuración hegemónica a partir del discurso de los derechos humanos. Elemento que paradójicamente se convirtió en una herramienta de censura a gran parte de la prensa no oficialista. Así, los ataques a las opiniones adversas al gobierno son asociados a un componente ético y axiológico difícilmente rebatible *"usted es un aliado encubierto de la represión"*.	✓ Estrategia de comunicación: *"el atril de asesino"*, desde la que se procura eliminar la intermediación de los periodistas. ✓ No responden a los periodistas y no dan conferencias de prensa. ✓ Comunican durante los actos de gobierno. ✓ Producción y empaquetamiento de la información controlada previamente por el gobierno para luego ser distribuida a los medios. ✓ Lógica de premios y castigos. (Fuente: O' Donnell, María; 2008: 45).	Tensión **gobierno-** medios.
Brasil	Lula da Silva: **neopopulismo con elementos retóricos de izquierda**. Sin embargo, su política económica se mantiene en la práctica cercana al neoliberalismo y al eje del mercado internacional. A pesar de este alineamiento con la sociedad de mercado, los medios de referencia han mantenido una posición crítica y adversa a su gobierno.	✓ Liderazgo carismático. ✓ Discurso construido desde la retórica: *"nunca en la historia de este país"*. ✓ Mensaje de inclusión social. ✓ Estilo basado en la improvisación, "poeta popular". (Fuente: Gois, Chico; 2008: 26).	Tensión **medios-** gobierno.
	Evo Morales: **neopopulismo de izquierda.** Reformulación del discurso	✓ Replanteamiento de la política desde las mayorías excluidas.	

Bolivia	político, económico y cultural desde una óptica de reinvención indígena y como un ajuste de cuentas histórico. Los medios de referencia no le han dado tregua y se han convertido en la oposición.	✓Reivindicación de lo indígena: discurso de identidad y pocas palabras. ✓ Discurso antiimperialista. ✓Privilegio de lo vivencial. (Fuente: Benavente, Claudia; 2008: 65-66).	Los medios dominan.
Uruguay	Tabaré Vásquez: **neopopulismo de izquierda.** Por realizar críticas a los medios de referencia y con el apoyo de leyes a favor de los medios comunitarios y sociales, el gobierno ha mantenido una relación conflictiva con los empresarios de medios.	✓Estilo personalista y afectivo. ✓Estrategia comunicativa: gestualidad más que oralidad. ✓ Poca presencia y desconfianza hacia los medios. ✓ Discurso unificante: *"dignidad de los uruguayos"*. (Fuente: Giaimo Mariangela; 2008: 54).	Los medios dominan pero no totalmente.
Chile	Michelle Bachelet: **izquierda de centro.** Con un discurso más ciudadano que de izquierda, ha mantenido las líneas económicas de libertad de mercado. Sin embargo, los medios de referencia han sido feroces con su gobierno a partir de su conservadurismo moral.	✓ Liderazgo femenino. ✓Gobierna con "estilo ciudadano". ✓Conflicto con los medios tradicionales. ✓ Mensaje social. ✓ Poca respuesta a periodistas. ✓Búsqueda de una "imagen de sobriedad y autenticidad". (Fuente: Skoknic, Francisca; 2008: 36-37).	Tensión medios-gobierno a favor de los medios.
Colombia	Álvaro Uribe: **neopopulismo de derecha**.Su gobierno se caracteriza por el control de la información y la utilización de los medios de comunicación masiva como estrategia política para unificar la agenda. Los medios están con el presidente o son denominados terroristas.	✓Estilo paternalista de corte autoritario. ✓Retórica popular que remite a lógica del melodrama, religiosa y rural. ✓Alta presencia mediática. Utilización de medios masivos, principalmente TV, y medios locales, dentro de los que cobra relevancia la radio.	Tensión medios-gobierno a favor del gobierno.

		✓ No admite preguntas, es dueño de su imagen y palabras. ✓ La prensa se convierte en "actor" de la oposición. ✓ El enemigo es el terrorismo y las FARC. (Fuente: De Vengoechea, Alejandra; 2008: 143).	
Ecuador	Rafael Correa: **neopopulismo de izquierda.** Los medios junto a los bancos y la viejo política es parte de lo que hay que cambiar. Así los medios y sus periodistas deben ser cambiados a las buenas o a las malas en nombre de la revolución ciudadana.	✓ Discurso de la "revolución ciudadana" y crítica a la política partidaria tradicional. ✓ Lenguaje coloquial. ✓ Fuertes críticas a los medios de comunicación y a la prensa, éstos junto con las elites tradicionales son los "ejes del mal". ✓ Sin embargo, se observa una alta utilización de medios a través del concepto de gobierno-campaña permanente. ✓ Discurso nacionalista y patriótico. ✓ La estrategia política es la confrontación constante. (Fuente: Valdivieso, Jeanneth; 2008: 75-83).	Tensión medios-gobierno a favor del gobierno.
Venezuela	Hugo Chávez: **Neopopulismo de izquierda con tendencia nacionalista**. Los medios son los enemigos, son parte de la oposición y hay que combatirlos con leyes, investigaciones fiscales y creación de un sistema de medios públicos.	✓ Liderazgo carismático, estilo popular y caudillista. ✓ Retoma el proyecto bolivariano. ✓ Discurso social y de inclusión de los excluidos radicales. ✓ Discurso melodramático. ✓ Enemigo imperialista. ✓ Chávez es el medio y el mensaje y la verdad. (Fuente: Muñoz, Boris; 2008: 98-99).	Estatismo mediático

Asistimos a una relación en tensión entre medios de comunicación y gobernantes; presenciamos diversos modos-lógicas del populismo. Lo cierto es que para los gobernantes la prensa escrita importa, y mucho, porque en ella se juega la toma de decisiones de empresarios y políticos; la televisión interesa en cuanto construye la visibilidad cotidiana del poder; la radio conecta con las oralidades de la mayoría y se hace pueblo.

El paisaje de los gobiernos de Latinoamérica marca tensiones en las relaciones medios – gobiernos: *Los medios dominan la esfera del poder e intentan controlar la gobernabilidad*. Casos: Bolivia + Uruguay + México + Honduras. *Tensión entre medios y gobiernos*. Casos: Argentina + Brasil + Chile + Ecuador + Colombia + El Salvador. *Los gobiernos dominan.* Caso: Venezuela y Nicaragua.

Aunque son diversas las relaciones entre medios de comunicación-gobiernos en América Latina, hay ciertos elementos comunes significativos:

- La presencia de neopopulismos como lógica de constitución de la política; se usa una misma lógica pero con diversos contenidos "ideológicos", una misma estrategia de articulación discursiva (de sentidos, de representaciones, de identidades) para diferentes construcciones sobre la democracia y los medios.
- La estrategia neopopulista crea simbólicamente "al pueblo" como soberano y garante ideológico y cultural del buen gobierno y de la democracia.
- Se apela a lo nacional como ámbito de prioritario de referencia y se la representa como una patria melodramática.

- Los presidentes buscan una comunicación directa con el pueblo, así se elude el cuestionamiento de los periodistas de los medios de referencia y se gana cercanía emocional a través de la comunicación "cara a cara".
- La mayoría de los presidentes transmiten un mensaje social como sinónimo de inclusión política; este se traduce en asistencialismo y se transmite por televisión.
- Utilización de un lenguaje común y coloquial que eleva al pueblo en ideólogo y referente de habla del gobierno.
- Negación de la legitimidad del conflicto: sólo existen enemigos del proyecto de refundación patriótica del presidente-pueblo; las críticas son de los enemigos de la patria.
- La información pública se empaqueta y ofrece ya diseñada a los medios. Así se "usa" a los medios masivos como cajas de resonancia de las versiones oficiales. Existe, entonces, control absoluto de lo que se difunde, ya sea por ausencia (no responder) o por presencia (estar en todos los medios).
- Se gobierna desde el eje del melodrama, pues se gobierna amorosamente y dentro del exceso moral y estético de lo popular.
- Los medios de comunicación son elevados a actores políticos en la lucha por el control del espacio público y ganar hegemonía para el proyecto político.

(ii) *Mediática* del poder / política de *simulación*

Y estas maneras de gobernar "en el nombre del pueblo" con emoción y seducción de éxito, ponen en revisión lo que sabíamos y practicábamos de democracia mediática.

La función y uso de los medios de comunicación masiva en la elección de los gobiernos, no puede pensarse por fuera de la temporalidad propia de la política en democracia. Tradicionalmente esta se dividía en tres instancias: periodo pre-electoral, campañas electorales propiamente dichas y periodo post-electoral. La campaña era el momento culminante para la comunicación. Pero ahora asistimos a la *campaña permanente*, lo cual implica una elevada utilización de la herramienta mediática en instancias previas a las elecciones, durante las campañas (aquí naturalmente con mayor fuerza) y cuando finalmente se accede al gobierno (donde se gobierna en modelo de campaña). Los medios masivos son considerados un elemento indispensable para los tres momentos.

Los medios y las estrategias de comunicación aparecen en la escena política como el espacio predilecto para la competencia electoral y la gobernabilidad de modo que los tradicionales espacios de discusión pública, partidos y congresos nacionales pierden importancia y paralelamente se hacen menos visibles. Como muchos académicos, el analista mexicano Enrique Sánchez Ruíz (2005: 81) explica que, "con la irrupción de la mercadotécnica política y la espectacularización de la comunicación política se reducen las campañas a imágenes y *slogans*, pero no al intercambio racional de argumentos".

Los medios masivos representan un elemento central para la lucha electoral pero no explican por sí mismos su éxito o su

fracaso. Lo que si explican es que sus "modos de narrar" que tiene como referentes la espectacularización y el entretenimiento se han convertido en modo de relato/comprensión de la política. La política devino entonces en espectáculo que se caracteriza por:

- Los políticos como *héroes mediáticos* o *celebrities* que son contados en los informativos como tales: quienes gozan besando niños, estando con la gente, vistiendo l a política.
- Los políticos como héroes melodramáticos o galanes de telenovela. La relación política responde a un relato de telenovela: hombre puro salva a pueblo equivocado vía el amor.
- La política se convierte en una construcción desde las lógicas mediáticas del entretenimiento y el simulacro. El desplazamiento de la política como debate racional de ideas y programas por la política como simulación y entretenimiento.
- Metamorfosis de la ideología partidaria a la ideología cínica; lo ideológico usado como elemento cosmético para la acción política; más estilo, más actuación; "el decir" como reemplazo del "hacer". En términos de Slavoj Zizek (1992: 61) "ellos saben que en su actividad, siguen una ilusión, pero aún así, lo hacen".

Como se puede ver, una cosa es hablar del elevado uso de los medios en política y otra muy diferente es referirse *a cómo* dichos medios son utilizados. No es la cantidad es el modo del relato. La cuestión son las transformaciones en los modos de hacer política y sus prácticas comunicativas; lo que se ha

producido a través de la preeminencia del modelo de la tecnicidad mediática o del marketing político es un desplazamiento o migración a nuevos regímenes de visibilidad mediática (Bonilla, Jorge Iván, 2002).

ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA 2006 Y USOS DE MEDIOS EN AMÉRICA LATINA (rincón, omar, 2008: 149-171).
Si tomamos como ejemplo las campañas presidenciales 2006 que dieron origen al complejo cóctel de neopopulismos latinoamericanos y sus modos de gobernar y estar en el poder, podremos apreciar la incidencia de la comunicación instrumentalizada desde el marketing, el melodrama y las lógicas estéticas y morales de lo popular. Caracterizada por (ver http://www.c3fes.net/docs/rompioelamor.pdf): 1. Campañas pasionales y meodramáticas. 2. Presencia de discursos de “seguridad ciudadana” e ideologías del miedo. 3. Quién tiene mayores puntos en las encuestas no debate. 4. Quién tiene una posición marginal apuesta a la campaña negativa. 5. Simulacro de democracia directa desde el uso de herramientas tecnológicas (internet, medios locales, eventos) 6. Voto por el candidato y menos por el partido, voto emocional, voto castigo. 7. Toda campaña tiene también un cimiento en el “trabajo de base” (seguidores casi religiosos), combinado con el ritual religioso (la fe), y la emocionalidad de la telenovela (identificación).

Tanto para hacer campañas políticas como para gobernar con éxito, la comunicación mediática es necesaria como estrategia de conexión social y seducción pública; es un componente fundamental para la pragmática de la democracia, ya que representa uno de los más dinámicos y visibles espacios de disputa de los marcos interpretativos de la política, el poder y la democracia.

Pero como vimos, en la política y en la mediática del poder algo está pasando; los medios de comunicación de referencia (la prensa de mayor tirada) ya no tienen tanta importancia e impacto en las decisiones electorales y en la discusión pública (ver: http://www.c3fes.net/docs/rompioelamor.pdf); la televisión informa desde la lógicas de la velocidad, el fragmento y entretenimiento a las mayorías; la política está encontrando en los nuevos medios (online, las comunidades web, el celular, los medios locales y ciudadanos, los blogs, youtube, el video…) otros modos de gozar y participar en la vida pública.

Estas tensiones evidencian luchas más profundas del "hacer política" en nuestros tiempos:

(i) Los medios y los gobiernos luchan por ser el pueblo directamente, por ser la representación oficial de la gente y ser garantes de la participación ciudadana.

(ii) Los tomadores de decisión se ubican en tres escenarios: seducciones locales para ganar el favor público; alta discrecionalidad y adaptabilidad en políticos y periodistas; incidencia permanente de modelos transnacionales de negocios, medios y política.

(iii) El modelo de desarrollo económico mediático se juega entre concentración del poder de informar y opinar; estatización de la propiedad; y modelos mafiosos de acción.

(iv) La simultaneidad complementaria de grandes medios que construyen una esfera de poder en la toma de decisiones; pequeños medios que construyen modos cercanos de visibilidad; y medios online y celular para otros modos de participación ciudadana y de esfera pública.

En nuestros días, los medios masivos (prensa, televisión, radio) exhiben más las agendas de los empresarios y de los políticos. Esta "selección de agendas" que hacen los medios no es ingenua, sino que responde a las lógicas de la estructura hegemónica imperante (poder político y poder empresarial) y a los intereses de negocio y político del grupo mediático. El resultado político es que el campo mediático expresa agendas hegemónicas, exhibe algunas agendas marginales e ignora agendas sociales y ciudadanas. En conclusión, la mediática del poder es *articuladora* de agendas, de sentidos en disputa, de identidades, de recursos de poder, de visibilidades, de agentes sociales y políticos, de proyectos políticos que buscan hegemonía, y el control del espacio público.

Pero con el advenimiento de los nuevos medios y los políticos *celebrities*, el asunto de la opinión pública se ha complejizado y fragmentado. Habitamos la multiplicación de las esferas públicas. En términos macro, tenemos que hablar de por lo menos seis agendas establecidas y con modos de fun-

cionamiento propio: agendas ciudadanas, agendas mediáticas, agendas de los movimientos sociales, agendas de los políticos, agendas de los empresarios y agendas de las mafias. Y cada una de estas agendas se expresa en infinitas esferitas públicas: lo étnico como perspectiva de múltiples identidades; el medio ambiente y los derechos humanos como luchas sociales; lo juvenil y los niños como sujetos prioritarios; la perspectiva de género como otros modos de significar; los rituales de lo popular como lugar de decisión; la religión como juego de fe; la telenovela como lugar donde nos discutimos desde los sentidos populares; los deportes como esfera transnacional localizada… y cada una de estas prácticas y producciones de sentido produce esferitas publicas que a su vez se multiplican vía mediática en comunidades en internet, conexión celular, expresión en medios locales. En este contexto pensar en una esfera pública única y central es casi imposible; habitamos los tiempos del estallido de las esferas públicas. Ingresamos a otra escena política, una de las comunidades/media múltiples.

Aunque el paisaje descrito anteriormente narra la realidad desde los vínculos-asociaciones entre medios de comunicación y política; se debe evitar el *reduccionismo mediático*, ya que si bien los medios son recursos de poder importantes en cuanto al acceso, mantenimiento, espacio y articulación de luchas en democracia no son garantía del éxito político.

Los medios de comunicación son necesarios pero no suficientes para hacer la política; son animadores y actores de la política y la democracia; son una estrategia privilegiada en la lucha por la hegemonía de un proyecto político… pero no son el único actor/escenario/estrategia decisor en las eleccio-

nes ni en la gobernabilidad. Como actores políticos en oposición claramente pueden transformarse en un enemigo peligroso para los gobiernos y como actores amigos en una formidable estrategia de conformidad política, pero no tienen el poder de decidir; es más, cada vez más devienen en un actor débil frente a la fuerza de los empresarios, el movimiento ciudadano y los modos de contacto directo. El valor de los medios de comunicación está en ser protagonista de la esfera del poder, ese de la lucha por el control del espacio público y la hegemonía de los proyectos políticos.

El reto político para la comunicación mediática es, ampliar los marcos y criterios de interpretación y práctica de la democracia en lo político, lo social y lo personal. La pregunta es qué democracia y qué sociedad tenemos y queremos, para desde ahí decidir el sistema de medios posible. Y de eso es que hablan las leyes de medios que se gestionan y aprueban en todo América Latina.

(iii) *Mediapolítica* / poder sí, pero débil

Como lo contamos arriba, los fenómenos neopopulistas en América Latina acceden y se mantienen en el poder con estrategias que tienen como centro una instrumentalización de los medios y sus pantallas con el objeto de producir un tipo de comunicación "directa" con los ciudadanos; un uso instrumental de los medios a través de un estricto control de qué se comunica, quién lo hace y cómo se realiza. "El rating como ideología" explica la investigadora de tendencias Caro-

lina Forero (2009). Así llegamos a que los espacios de formación de la opinión pública ya no son los partidos políticos, son las pantallas mediáticas y las encuestas de favorabilidad.

Desde la emergencia de la democracia en América Latina, los medios de comunicación han cumplido una función preponderante como recursos para la promoción o desaprobación de políticos, gobiernos y políticas. Pero cada vez se manifiesta con más fuerza una suerte de utilitarismo mutuo entre medios y gobiernos, o de lucha por la hegemonía del espacio público. Veamos históricamente algunas características de las transformaciones en los tres modelos de la "democracia mediática" (relaciones entre medios de comunicación y democracia).

MODELOS DE LA DEMOCRACIA MEDIÁTICA EN AMÉRICA LATINA			
	Modelo de "la Plaza Pública"	**Modelo Mediático: "Democracia de Audiencias"**	**Modelo de "Comunicación Directa"**
Contexto soco-político	Contexto temporal: mediados de siglo XX. Rol activo del Estado que interviene en la economía y media entre las disputas entre el capital y el trabajo. (Modelo corporativista). Políticas de satisfacción de demandas plurisectoriales y distributivas del ingreso. Principales actores: partidos políticos, sindicatos, organizaciones empresariales por sector de la producción.	Contexto temporal: fines de siglo XX. Crisis del Estado de bienestar: procesos de reforma del Estado, achicamiento del gasto público, descentralización, privatización, desregulación y flexibilización laboral. Pérdida de poder de "viejos actores" (Estado, partidos políticos, esferas institucionales como los congresos nacionales). La televisión y los medios aparecen como	Contexto temporal: fines de siglo XXI. Superposición entre el modelo de la plaza pública y el modelo mediático con el debilitamiento de los actores e instituciones mediadoras como los partidos y los programas de gobierno. Emergencia de neopopulismos de izquierda y de

	Si bien la figura del líder es relevante, los partidos políticos juegan un rol preponderante en la hegemonización de la difusión de la información y como espacios de discusión pública. Emergencia de populismos históricos. Ejemplo: Perón en Argentina y Vargas en Brasil.	el escenario privilegiado de la política.	derecha. Ejemplo: Neopopulismos de izquierda: Chávez en Venezuela, Evo Morales en Bolivia, Correa en Ecuador. Neopopulismos de centro: Lula en Brasil, Kirchner en Argentina. Neopopulismos de derecha: Uribe en Colombia.
Opinión pública	El principal vehículo de expresión de la opinión pública es el voto.	La principal herramienta de expresión de la opinión pública son los medios masivos, sobre todo la tele y las encuestas de opinión. Los medios son un espacio más de producción discursiva, aunque principalmente de circulación de discursos públicos, en los que se dirime la hegemonía de los proyectos políticos. En los medios es donde se dirime la hegemonía de los proyectos políticos. Por eso medios y gobierno se disputan el control del espacio público denigrando el uno contra el otro, explica el profesor de la FLACSO en Ecuador, Felipe Burbano (conferencia Universidad Andina, Quito, mayo, 2009).	Los medios de comunicación se convierten en actores políticos que defiende su interés de negocio, homogenizan la información y luchan por la hegemonía de su proyecto político. Hegemonía de las encuestas de opinión. Los "grandes medios importan menos" en términos electorales, dejan de ser escenarios para convertirse en animadores y actores del debate electoral y gubernamental. Diversificación y multiplicación de las esferas públicas en comunidades digitales.
Hegemonía mediática	Hegemonía de la prensa, la radio y la de plaza pública. Ciudadanías de partido y de contenido ideológico.	Hegemonía de la TV y la prensa.Ciudadanías como audiencias apáticas.	Hegemonía de internet como multimedios (articulación del lenguaje de la TV, la prensa, la radio, el

			celular, el video, la fotografía, etc.). Ciudadanías interactivas y en red.
Relaciones de poder entre medios y gobiernos	Los medios son un recurso de poder, en cuanto permiten la difusión masiva de las ideologías partidarias. En política prevalece un tipo de comunicación interpersonal, "modelo de la plaza pública". Los espacios comunicativos y de discusión pública por excelencia son los partidos políticos, estos tienen el control de la información.	Los medios no solo son un recurso de poder, sino que se convierten en una herramienta indispensable en política. La capacidad de acceso al gobierno se mide por la cantidad de dinero y las estrategias de comunicación establecidas durante las campañas electorales. Los gobiernos comienzan a implementar la idea de "campaña permanente", que estaría fuertemente asociada a los niveles de "estabilidad democrática". Predomina un tipo de comunicación mediatizada por los medios masivos que son "los escenarios fundamentales" de la política.	Los medios masivos son relevantes pero no decisivos, existen otras alternativas de difusión como el uso de Internet y la comunicación cercana. Se pretende un tipo de comunicación "directa" con los ciudadanos, aunque no necesariamente se trata de un recurso participativo. Muchas veces esta es una estrategia para diluir instancias institucionales. Los espacios comunicativos y de discusión pública por excelencia siguen siendo los medios, aunque también las manifestaciones masivas. Estas, a diferencia de las producidas durante los 40' y 50', no son espontaneas y requieren un arduo trabajo logístico. Los políticos, establecen un uso racional de los grandes y los

En síntesis, los medios de comunicación en los tres modelos de la democracia mediática se configuran como recursos de poder en, al menos, cinco aspectos: medios como recurso de poder económico; como recurso y actor político relevante; como poder simbólico (productores de agenda pública que luchan por la hegemonía del proyecto político y control del espacio público); como articuladores de poder, de demandas y de poderes; como recurso melodramático, una relación mediática, amorosa y excedida en actos simbólicos de amor político.

Las relaciones democracia-comunicación mediática se encuentran atravesadas por prácticas como que los políticos y gobernantes tienen mayor noción que los ciudadanos del poder de los medios; que los medios saben de su impacto en los políticos por eso juegan en el campo de la toma de decisiones; que los gobernantes buscan presionar a los medios para hacer que su agenda los beneficie a través de la publicidad, la asignación de frecuencias, el privilegiar a ciertos medios y periodistas, el no dar entrevistas, entre otros; que los espacios de formación de la opinión pública ya no son los partidos políticos sino las pantallas mediáticas, las encuestas de favorabilidad e imagen y el uso de las estadísticas.

Así, los fenómenos neopopulistas en América Latina acceden y se mantienen en el poder con estrategias que tienen como centro una instrumentalización de los medios y sus pantallas con el objeto de producir un tipo de comunicación “directa” con los ciudadanos. Una apreciación observable: la democracia latinoamericana es, entonces, legítima si la abordamos desde la lógica de las elecciones, pero no lo es tanto en cuanto valor socialmente compartido.

La complejidad política de la acción mediática se encuentra en que los medios cada vez más dejan de ser lo que deberían ser

(escenario de debate y articuladores de poderes) y se convierten en actores interesados en la lucha por la hegemonía de ciertos proyectos políticos. Por eso, la actualidad mediática muestra una íntima relación entre medios de comunicación, gobierno y empresariado en los países más liberales y una alianza ideológica entre gobierno y medios en los países de centro-izquierda. El mapa de la comunicación mediática en América Latina que marca las prácticas simbólicas de nuestras democracias podría ser algo como lo que sigue…

MAPA DE RELACIONES ENTRE DEMOCRACIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA	
Dimensiones Económicas	Propiedad: ✓ Grandes medios y nuevos modelos de negocio. ✓ Pequeños medios cuyo valor está en los tejidos comunicativos. ✓ Medios digitales sin modelo de negocio pero con seducción ciudadana y comunidades red.
Dimensiones Políticas	Poder: ✓ Medios de comunicación que ejercen control sobre el poder del Estado. ✓ Estados que controlan el poder de los medios de comunicación. ✓ Medios de comunicación y Estado del mismo lado del proyecto político.
	Usos mediáticos: ✓ Alto nivel de sensibilidad y tensiones en la relación gobiernos y medios. ✓ Nuevos populismos que usan los medios a través de la cooptación y/o la denuncia.
	Agendas públicas: ✓ La agenda empresarial, la más importante porque decide en las sociedades capitalistas. ✓ La agenda de los políticos y gobernantes, marca la discusión pública. ✓ La agenda mediática, interés de negocio y por tanto en el espectáculo. ✓ La agenda social, poco mediática, más de lobby político, e internet y acción global. ✓ La agenda ciudadana, instrumentalizada a favor de intereses políticos segmentados.

Dimensiones Culturales	Sentidos: ✓ Transformaciones en los marcos y criterios de interpretación de la realidad, hacia las lógicas de la identidad y la diversidad cultural. ✓ Desplazamientos en los rituales del consumo hacia lo individual. ✓ Cambios en las rutinas y utilización del tiempo; aumento del ocio pasivo. ✓ Transformaciones en los modos de participación y expresión, hacia prácticas más tecnológicas.

La emergencia y transformación del periodismo escrito en América Latina muestra que su nacimiento fue de la mano de dos procesos: el proyecto ilustrado y la legitimación de los poderes coloniales (Rey, Germán, 2006). Desde sus inicios la prensa escrita ha cumplido una relevante función en cuanto espacio político de puesta en circulación de sentidos, sobretodo sentidos del poder; algunas veces con claras finalidades de sostenimiento de status quo y otras en apoyo de los procesos revolucionario-independentistas. Pero ahora ya el interés no es político sino de negocio: Los medios son empresas, por lo que sus objetivos se orientan más hacia la maximización de beneficios, en detrimento de su antigua "*función militante*"; su militancia actual es la libre empresa, la sociedad de mercado.

Algunos ejemplos ilustrativos en la región son el caso de Televisa en México, Globo en Brasil, Grupo Cisneros en Venezuela, el Grupo Clarín en Argentina y Grupos El Tiempo y RCN en Colombia. Estos grupos multimedia han igualado libertad de empresa con libertad de información. Y por tanto, se han convertido en actores políticos fundamentales en la producción de la estabilidad institucional y de la gobernabilidad.

Las relaciones entre los grandes grupos mediáticos y los gobiernos en ciertos países de la región han sido "de amor eterno", tanto que se llegó a hablar de la "ley Clarín" en Argentina y la "ley Televisa" en México. Pero son amores peligrosos. Mientras Televisa al comienzo del gobierno de Felipe Calderón perdió un poco de poder con una reforma constitucional que impedía en el futuro invertir en publicidad televisiva en tiempos de campaña, cuando se preveía otra ley que limitaba su poder y diseñaba un nuevo sistema de medios, Televisa chantajeó al PAN (partido gobernante) con borrarlo de la visibilidad pública, tanto que "digitalmente" desapareció a su vocero. Resultado: Televisa derrotó y mantiene todos sus privilegios. Los grupos Globo y Folha en Brasil se enfrentaron con el presidente Lula pero poco después se dieron cuenta que no era productiva esta pelea. En Colombia, Uribe insulta a los medios cuando no le hacen caso; sin embargo, buena parte de los medios siempre están a su servicio. En Venezuela, Ecuador, Bolivia y Uruguay los presidentes se encuentran en controversia permanente con los poderes mediáticos. En Chile, Perú y muchos países centroamericanos los medios tienen el poder y dominan el escenario político. En Argentina se pasó del amor total con Clarín al conflicto total; el gobierno Kirchner que le renovó su licencia de Canal 13 por 10 años y gratis, ahora cambió de rumbo, con la ley que aprobó en el Congreso en el 2009 y que creó un nuevo sistema mediático.

Paralelamente a la presencia de los grandes medios a escala latinoamericana y global se levanta un proceso menos visible y poco tematizado, el surgimiento de pequeños medios y redes de comunicación ciudadana. Si los grandes medios buscan cómo

hacer más eficiente su modelo de negocio y su poder sobre la gobernabilidad y las decisiones políticas, los pequeños medios intentan insertarse en la coyuntura política con una propuesta orientada a la construcción de tejidos comunicativos y poder ciudadano. Se trata en realidad de una serie de oposiciones entre la lógica de lo grande vs lo pequeño, lo económico corporativo vs lo comunitario, el poder central vs los micropoderes, las estéticas masivas vs las estéticas localizadas.

La propuesta de los medios comunitarios parte de una concepción que se inscribe en procesos, espacios y prácticas donde los ciudadanos pueden poner en circulación sus propios relatos, sus estéticas, éticas y practicar la democracia, desde lo participativo y lo plural. Según la estudiosa de medios ciudadanos, Clemencia Rodríguez (2008), algunas premisas de dicho modelo son: el diálogo y la confianza, experiencias de participación, tecnologías en perspectiva local, política de los saberes subyugados.

Para comprender los modos de democracia de los medios ciudadanos, una de las tantas experiencias de medios comunitarios latinoamericanos, es Radio Andaquí. Una emisora comunitaria que comienza su trayectoria en 1995 en el municipio de Belén de los Andaquíes, territorio ubicado entre el piedemonte andino y la Amazonía colombiana, considerada zona de conflicto armado y cultivo de coca. Esta emisora funciona como respuesta al miedo y para restaurar la alegría. Su valor es que actúa cercana a las necesidades, expectativas y deseos de los ciudadanos, mientras que los medios masivos actúan desde el eje de la información, desconectados de los ciudadanos.

La otra gran revolución está en que todos podríamos convertirnos en ciudadanos que producen información y que crean sus propios medios. Posibilidad real porque estamos más conscientes de nuestros derechos políticos y estamos aprovechando las posibilidades comunicativas de la efervescencia tecnológica digital.

Es posible observar algunos cambios en el paisaje mediático latinoamericano a partir de la comunicación en red: los grupos multimediales buscan incluir al ciudadano a través de blogs; aparición de más y mejores medios regionales y locales; más medios gratuitos; preeminencia creciente de los medios on line, internet y celular.

Este paisaje mediático nos demuestra que estamos a la vez frente a:

(i) un nuevo contexto tecnológico que implica transformaciones en los modelos de negocio y de comunicación de los medios masivos de comunicación;

(ii) un nuevo ciudadano que se cansó de ser espectador y quiere producir sus propios mensajes;

(iii) un profundo cambio de los modos y criterios del informar.

Estas son expresiones de un reordenamiento más amplios de la cultura, la comunicación y la sociedad, dentro de los que encontramos desplazamientos en el consumo, cambios en las rutinas y utilización del tiempo; transformación en los modos de participación y de expresión; aparición de nuevas estéticas, sensibilidades y narrativas.

Volvamos a la pregunta inicial: ¿Será que los medios de comunicación y la televisión, en especial, son los que nos han llevado a esta democracia de simulación-espectáculo-farandulera; a esta política cínica? He aquí una variedad de respuestas:

- Los medios de comunicación tienen poder… pero no tanto para ser los culpables de los políticos y democracias que tenemos.
- La crisis es de *toda* la política… del legislativo… de partidos… de ideas… de justicia… de medioambiente… de inclusión social… equidad social… y de los medios masivos y el periodismo. Tanto que ahora los medios de comunicación y sus modos de informar son parte de lo que hay que cambiar y da rating a los políticos y telepresidentes.
- La comunicación mediática sigue siendo una cuestión estratégica para la pragmática de la democracia ya que en ella se juegan la "toma de decisiones del poder".
- La democracia y la política está tanto en la vieja política (ciudadanías de partido e ideología; de clientela y plaza pública); como en los viejos medios (ciudadanías contemplativas y entretenidas; prensa, radio y tevé); como en los nuevos medios (ciudadanías interactivas y de red; internet y celular).

Por ahora, la democracia se juega en dos campos de la política, desconectados el uno del otro: esfera del poder (gobierno + empresarios + medios de comunicación) y esfera

de lo social y ciudadano (movimientos sociales + ciudadanía digital e interactiva). Y por ahora, todavía la toma de decisiones del poder se hace entre políticos, empresarios y medios de comunicación.

Las complejas dimensiones que intervienen en las relaciones entre democracia y comunicación mediática obligan a pensar en una *reinvención de los medios y la democracia* para ganar más densidad y diversidad de actores y escenarios de lucha por la significación social de la política y diversificar los modos de producir criterio para comprender el mundo de la política.

(iv) Democracia / democracia de *simulación*

En este marco de problemáticas entre gobiernos y medios de comunicación… ¿qué democracia tenemos? Y he aquí dos constataciones dolorosas: (i) La democracia se ha convertido en un adjetivo que sirve para "legitimar" cualquier retórica, y no se practica como un *ethos* o modo de vida. (ii) La democracia ha devenido en patriótica y unidimensional cuando debería ser la celebración de la política, el disenso y el pluralismo.

La democracia tiene dos grandes concepciones: las centradas en la *democracia como un sistema* de elección de gobiernos, y la *democracia como un ethos* o conjunto de valores y creencias que son aceptados por todos.

Norberto Bobbio, uno de los teóricos más citados en política, escribe que una *democracia entendida como sistema* sería

una definición mínima de democracia, la cual refiere a "un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establecen quién está autorizado para tomar decisiones colectivas y bajo qué procedimientos" (Bobbio, 1984:24).

La principal regla democrática será entonces la legitimación del poder a través de la elección; pero las elecciones se considerarán democráticas solo si cumplen una serie de condiciones: algún tipo de *representación*; las decisiones son tomadas por la *regla de la mayoría*; el contexto de la elección, así como el de la toma de decisiones, debe estar caracterizado por el respeto a las *libertades civiles y políticas*.

Y así se supone que las decisiones son tomadas en deliberación por representantes elegidos por la ciudadanía. Las democracias latinoamericanas se han constituido a partir de un tipo particular de representación, una en la que los dirigentes representan *intereses generales* y gozan de mayores *discrecionalidades.* Esto ha generado múltiples frustraciones en los ciudadanos y en la sociedad civil, lo que llevó a exigir participación ciudadana y mecanismos que generen responsabilidad política y social en los representantes. Y ahí aparecen nuestros presidentes actuales que pretenden superar el modelo de la representación a través de una democracia más participativa, más directa, más de encuesta y opinión.

Si se asume *la democracia como un ethos*, un modo de convivir y autogobernarse, se supera el ámbito *procedimental* (elecciones, representantes, participación) para dar cuenta de una serie de principios y valores tales como: respeto a los *derechos humanos*; el ejercicio y la primacía de la *tolerancia* para la co-

existencia de los diversos actores sociales; la *no violencia, el disenso argumentando* y el respeto por el otro; el no fomento del odio al otro; un profundo ejercicio de la *prudencia social* para poder producir las transformaciones sociales.

Esta distinción entre definiciones mininas y valorativas de democracia está en el centro de la discusión cuando hablamos de comunicación mediática y democracia en América Latina. Así, para advertir si estamos frente a una democracia "real o ficcional" deberemos responder al menos dos preguntas: ¿Se cumplen las reglas o condiciones de una elección democrática propiamente dicha? ¿Se respetan los valores, principios e institucionalidad democrática?

Por ahora, a la democracia le va bien como sistema electoral pero mal como *ethos* y valor social. El malentendido sobre la idea de democracia que se tiene en América Latina está en que ciudadanos y políticos le han colgado resolver expectativas económicas, de desarrollo y justicia eficiente. El asunto de la mala imagen de la democracia parece ser que se la sobrevendió como la fórmula mágica para nuestros problemas. Y no respondió porque la democracia es un sistema político pero no un modelo económico, ni una fórmula de desarrollo, ni un modo de eficiencia de la justicia; es más un modo de convivir, incluir y dialogar. La democracia no funcionó muy bien como sistema "robin hood" que quitaba a los ricos para dar a los pobres. La constatación básica es que la democracia devino en un adjetivo, perdiendo su valor de *ethos*, de un modo de vida. Así los ciudadanos volvimos a buscar lo que sí ha calado en nuestro cuerpo social: los sistemas tradicionales de poder basados en la fe religiosa, la autoridad feu-

dal y las prácticas de solidaridad primaria de familia y compadrazgo; a lo que llama la estudiosa argentina Alicia Entel (2009) "*la pasión restauradora*".

La democracia es un relato que debería ser comunicado, como dice el filósofo de la Universidad de los Andes, Carlos B. Gutiérrez, como "*el cultivo del disenso*", que ante todo es siempre tener presente que el otro puede tener razón. "*Si se priva uno de eso, se pierde de la mejor parte de la vida*" y de la democracia. Y de esto los *telepresidentes* saben poco.

(v) **Para *una reinvención* de la relación entre medios de comunicación y democracia**

Los medios de comunicación son importantes en cuanto son poder. Poder para articular agendas, poder para defender proyectos políticos, poder para ampliar las voces ciudadanas, poder en la producción de la esfera pública. La mediática del poder sigue existiendo en cuanto se interviene en la toma de decisiones. Pero hemos visto que su poder democrático se ha debilitado y ha incrementado su lógica de entretenimiento y melodrama y su interés de negocio. Por eso es que los gobernantes se han convertido en actores *celebrities* de las pantallas; y los medios de comunicación han debilitado su función de escenario central de la argumentación pública y la visibilidad política. Siguiendo el mapa de relaciones expuesto, podemos concluir que los medios de comunicación:

- Pasaron de ser escenarios de lo público a actores que defienden un modelo liberal de mercado y una esfera pública de homogénea.
- A mayor uso instrumentalizado de los medios (en campañas electorales y como herramientas de sostenimiento de los gobiernos) menor es la contribución de los medios de comunicación a las lógicas de la democracia y mayor su aporte a la hegemonía de los proyectos políticos que defienden.
- A mayor concentración de la propiedad de los medios menor visibilización, circulación y articulación de las diversas voces y agendas públicas; por lo tanto, menor es la contribución de los medios de comunicación a las lógicas de la democracia y a diversificar los modos de pensar la realidad.
- Ante la desconexión de los medios de comunicación frente a las necesidades y expectativas ciudadanas, mayor ampliación y diversificación de los pequeños medios comunitarios y de las comunidades digitales para visibilizar y dinamizar sus agendas, sus procesos participativos, sus propias voces y estéticas.

En este contexto es necesaria la reinvención de los medios de comunicación para asumir mejor su apuesta por la democracia. ¿Cómo? Pensando y produciendo los medios más en la lógicas de la calidad y gobernabilidad democrática. Quizás un comienzo esté en delinear posibles criterios. He aquí un intento.

Criterios mediáticos para una GOBERNABILIDAD y CALIDAD democrática
Asumir que la democracia es un sistema político (no un modelo económico o militar o religioso); una experiencia de poder público que reconoce la diversidad de opiniones y de sujetos sociales. Por lo tanto, hay que garantizar la diversidad de posturas ideológicas, pertenencia étnica, creencias religiosas y diferencia de género.
El compromiso mediático es con la gobernabilidad democrática. Los modos de informar y entretener deben ser escenario público de articulación de los diversos poderes que incluyen y producen la democracia; por lo tanto, deben adoptar perspectivas plurales más allá de su proyecto de hegemonía política.
Hacer de la libertad de información un acto de poder ciudadano y público. Los medios de comunicación deben ser responsables al ejercer su derecho de informar con criterio, calidad narrativa, diversidad de fuentes, contextos de sentido y marcos de interpretación. La calidad periodística es la mejor forma de aportar a la democracia.
Incentivar el derecho a la comunicación. El derecho a la libertad de información que defienden los medios de comunicación tiene como contraparte el derecho a la comunicación de los ciudadanos. Los medios de comunicación deben comprender que el derecho a comunicar es de todos los ciudadanos y que por lo tanto la existencia de medios comunitarios y

digitales son signos de mejor democracia. Deberían, también, informar y entretener con participación de las propias comunidades u organizaciones de la sociedad civil; priorizar la presencia de relatos testimoniales y de *"voces oblicuas"*, (Bonilla, Jorge Iván, 2006).

Transparencia en los recursos de los medios. Transparencia acerca de los proyectos políticos y del modo de funcionamiento del negocio y autorregulación sobre los modos de relación que se tiene con las empresas, los gobiernos y los políticos. Los medios de comunicación deben acordar mecanismos de transparencia sobre los modos de informar y las fuentes de financiamiento. Los medios de comunicación deben ser ejemplo de lo que exigen a los poderes públicos y ciudadanos. Internamente los medios deberían estar regulados por leyes antimonopolio, códigos de auto-regulación informativa, mecanismos públicos de rendición de cuentas.

Lo cierto es que para profundizar la democracia y ganar en justicia social y libertades públicas, los medios de comunicación y los periodistas deberían "aprovechar" su poder para imaginar alternativas posibles desde una racionalidad democrática y plural que se construya a partir un principio de promoción de la inclusión y desde el respeto por las diferencias.

El asunto es que los medios de comunicación son un poder necesario y útil para la democracia si encuentran su nuevo rol frente al poder de seducción, agenda y control de los

gobernantes y políticos (cada vez son más profesionales en sus modos mediáticos) y al poder ciudadano que se expresa en los medios locales, las comunidades en red y la subjetividad celular (que cada vez más producen mejores mensajes que los medios).

Los medios de comunicación serán necesarios y democráticos y tendrán significación para la sociedad y la vida pública si generan posibilidades de encuentro/confrontación/diálogo entre diversidad de fuentes, actores y marcos interpretativos; si vuelven a lo básico: ser escenarios donde se compite simbólicamente por ganar sentido sobre la vida pública.

Si la mediática del poder no se reinventa, si no se construyen esferas públicas más diversas, habremos llegado a *la democracia de simulación*, esa que le es útil a todos los paraderes pero no a la la sociedad inclusiva, la justicia social y de los derechos humanos. La democracia de *simulación* sirve a todas las ideologías, a las empresas, a las clientelas políticas, a los corruptos, a las mafias... pero poco sirve que a los ciudadanos. La democracia de *simulación* es el ideal imaginado de los medios como negocio/espectáculo y de los gobiernos autoritarios como democracia de elección y legitimación del yo-presidente.

La mediática del poder ha tematizado la política, la sociedad y la cultura, y en ciertas ocasiones también ha adoptado posturas críticas respecto de su propio funcionamiento. Sin embargo, los medios masivos no han podido resolver aún cómo comprometerse como institución o espacio comunicativo *desde adentro* con la democracia en nuestra

región; el politólogo ecuatoriano Felipe Burbano de Lara[1] cree que los medios de comunicación han sido "*incapaces para captar, comprender y expresar los deseos de cambio de la sociedad*", de comprender y expresar esas otras democracias; esa incapacidad se da en que los modos de contar mediáticos no incluyen esos otros lenguajes, historias y puntos de vista que habitan la democracia.

Hay que imaginar nuevas formas de ser medios y de ser democracia, pero los medios y los periodistas no pueden seguir negando que habitan una crisis de sentido político en sus modos de informar, al estar desconectados con la sociedad y no encontrar su lugar en nuevo ecosistema de medios.

La responsabilidad de los medios llega solo hasta instancias en las que éstos logran definirse respecto a un tema, pero no han llegado a formular alguna propuesta que demande una transformación narrativa, estética y política interna, o una suerte de "reforma de sí mismos", o que establezca criterios para "aportar" a la democracia. Su principal criterio de aporte a la democracia es su "modo de entender" la libertad de información que busca diluir su acción interesada en los juegos de poder.

Si nos imaginamos un nuevo modo de ser medios de comunicación para profundizar la democracia y sobrevivir a los *telepresidentes* se nos ocurren algunos supuestos:

(i) Adoptar los nuevos contextos tecnológicos (todos somos productores de comunicación) y políticos (el

[1] Planteamiento escuchado en conferencia sobre mediopolítica en América Latina, Universidad Andina, Quito, Mayo 21, 2009.

respeto por los derechos y expresiones del yo-ciudadano).

(ii) Transformar los modos y criterios del informar; periodistas y medios de comunicación deben apostar por la democracia informando con calidad en el contexto, las fuentes, los marcos interpretativos y la narración social.

(iii) Pensar la *gobernabilidad mediática* más allá del proyecto de hegemonía política que promueve los políticos, empresarios y gobierno.

(iv) Comprender que el derecho a la libertad de información debe promover el derecho a la comunicación de los ciudadanos.

(v) Las fuentes de financiación privada y pública tienen una responsabilidad con la diversidad de medios.

(vi) Comunicar e informar con transparencia y con códigos éticos de autorregulación.

Paradoja final: Los medios son muy buenos pronunciándose y adoptando "perspectivas democráticas" *hacia afuera* –ejemplo de ello es el discurso de la responsabilidad social y exigencia pública de trasparencia de los gobiernos– pero han fallado en el proceso de reinventarse a sí mismos en pro de la democracia. La reinvención de los medios es necesaria para asumir mejor su apuesta por la democracia. Quizás un comienzo esté en delinear posibles caminos hacia lo que hemos denominado "criterios mediáticos hacia la gobernabilidad y calidad democrática".

Referencias bibliográficas

Bobbio, Norberto. 1984. El futuro de la democracia. FCE Editorial. México.

Bonilla, Jorge Iván. 2002. *"¿De la plaza pública a los medios de comunicación? Apuntes sobre medios de comunicación y esfera pública"*. En: Revista Signo y Pensamiento. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Comunicación y Lenguaje. Nº 41. Vol. XXI Julio-dic 2002. Bogotá, Colombia. PP. 82-89.

— 2007. *"Una mirada del discurso público en contextos de hostilidad y terror"*. En: *"Pensar la comunicación reflexiones y avances en investigación"*. Editorial Universidad de Medellín. Medellín, Colombia, pp. 105-126.

Entel, Alicia. 2009. en J. Martín Barbero (coord.), *Entre saberes desechables y saberes indispensables [agendas de país desde la comunicación]*. Bogotá: FES/C3. Disponible en: http://www.c3fes.net/docs/agendascomunes_saberes_rincon.pdf

Forero, Carolina. 2009. www.trendlab360.com

Gargarella, Roberto.1995. Nos los representantes. Miño y Dávila Editores. Buenos Aires.

Laclau, Ernesto. 2005. La razón populista. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.

Lazarsfeld, Paul, F. 1982. "*La campaña electoral ha terminado*". En: De Morgas, Miguel. 1982. Sociología de la comunicación de masas. Ed. Gustavo Gilli. Barcelona. PP. 171 – 191.

Martín Barbero, Jesús. 2003. De los medios a las mediaciones. Comunicación cultura y hegemonía. Convenio Andrés Bello. Colombia.

Rincón, Omar. 2006. Narrativas mediáticas. Gedisa. Barcelona.

— 2007 (editor) *Se nos rompió el amor [elecciones y medios de comunicación - América Latina 2006].* Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Frederich Ebert Stiftung. Bogotá, Colombia. http://www.c3fes.net/docs/rompioelamor.pdf

— 2008 (editor) *Los Tele-presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Frederich Ebert Stiftung. Bogotá, Colombia. Disponible en http://www.c3fes.net/docs/lostelepresidentes.pdf

Rodríguez Clemencia (Editora). 2008. Lo que le vamos quitando a la guerra: medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Frederich Ebert Stiftung. Bogotá, Colombia. Disponible en http://www.c3fes.net/docs/quitandoalaguerra.pdf

Sánchez Ruiz, Enrique. 2005. Medios de comunicación y democracia. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Grupo Editorial Norma. Bogotá.

Thompson, J. B. 1998. Los media y la modernidad. Paidós. Buenos Aires.

Zizek, Slavoj. 1992. El sublime objeto de la ideología. Siglo XXI. Argentina.

Discursos presidenciales

Discurso de asunción del Dr. Raúl Alfonsín como presidente de la República Argentina, ante la asamblea legislativa – 10/12/1983.

CENSURA JUDICIAL DE LA PRENSA EN EL BRASIL AUTORREGULACIÓN Y MADUREZ DEMOCRÁTICA[1]

Carlos Eduardo Lins da Silva[2]

Sumario

A pesar de estar usufructuando el mayor período de libertad de expresión y democracia política en su historia, la sociedad brasileña aún se encuentra con muchas situaciones

[1] Traducido de la versión en portugués por Mauricio Temerlin.

[2] Agradezco a la profesora Sylvia Moretzsohn, del Departamento de Comunicación de la Universidad Federal Fluminense, por las criticas y sugestiones realizadas a la version preliminar, varias de las cuales fueron incorporadas en el texto.

de censura previa e intimidación a periodistas y medios de comunicación social, casi todas derivadas de sentencias en primera instancia. Para lograr la disminución de estas situaciones, son necesarias fórmulas de autorregulación del propio periodismo, el que necesita luchar con sus propios y no escasos abusos y errores, con una madurez democrática colectiva que delimitará, en la práctica, la acción, tanto de jueces como de periodistas.

Introducción

Quien visita las nuevas instalaciones del Newseum, el Museo de la Noticia, inauguradas en abril de 2008 en Washington, encuentra en el tercer piso un gran mapamundi en el que los países son clasificados conforme al grado de libertad de prensa del que disfrutan sus sociedades, de acuerdo a la clasificación hecha por la organización no gubernamental Freedom House, fundada en 1941 y respetada internacionalmente por su seriedad.

Muchos brasileños que pasan por allí se sorprenden –y algunos se rebelan– contra el hecho de que el mapa de Brasil está pintado de amarillo, color que corresponde a "parcialmente libre". De hecho, posiblemente, la mayoría de los brasileños tienen la impresión de que en éste país la prensa goza de una libertad prácticamente irrestricta.

No se trata de que todos deban tomar como verdad indiscutible todo lo que está expuesto y relatado por el Newseum, porque ello no siempre obedece a patrones de indiscu-

tible rigor científico o ideológico, así como tampoco debe ser necesariamente tomado como expresión de un juicio mesurado. Son muchos los ejemplos de falta de contextualización histórica y política en la visita al museo, como por ejemplo, el estar, uno al lado del otro, en el Monumento a los Periodistas, y como si fuesen comparables en su condición de símbolos del martirio en pos de la libertad de expresión en Brasil, los nombres de Vladimir Herzog y de Alexandre Von Baumgarten[3], por no hablar de un despropósito como un "juego de la ética", en el que complejas cuestiones morales son reducidas a situaciones en las que el visitante debe decidir qué cosa es éticamente correcta o incorrecta en base a una múltiple elección de respuestas.

Colocar a Brasil en la categoría de país con prensa parcialmente libre en ese espacio visitado diariamente por decenas de miles de personas provenientes de diferentes partes de los EUA y del mundo, ayuda a difundir una determinada imagen del país y de su periodismo, que –aún sin coincidir con la experiencia de muchos brasileños, tal vez la mayoría– tiene su razón de ser, como se pretende mostrar a continua-

[3] Vladimir Herzog fue un respetado periodista y profesor de la Universidad de São Paulo que fue apresado y muerto en 1975 durante la dictadura militar, cuando era director de prensa de la TV Cultura, emisora pública del Estado de São Paulo; Alexandre Von Baumgarten fue un oscuro periodista vinculado a los organismos de seguridad de la dictadura militar, con la que colaboraba, y que fue secuestrado y muerto en 1982, ya a finales de la dictadura, en circunstancias aún no esclarecidas, muy probablemente en una operación de "quema de archivo" por parte de personal de los mismos organismos de seguridad.

ción, y por lo tanto, exige precauciones en pro del fortalecimiento de las instituciones democráticas brasileñas.

Desde la finalización del régimen militar en 1985 –e incluso en sus últimos años, cuando se intensificó el proceso de apertura política, a partir de 1979– el periodismo brasileño viene actuando de manera independiente, a veces agudamente crítico de los gobiernos en todos sus niveles, así como de instituciones, personas o empresas.

Durante el proceso de impugnación del presidente Fernando Collor de Mello a comienzos de la década de 1990, su poder pudo ser correctamente comprobado: los medios de comunicación se convirtieron en uno de los instrumentos más importantes usados por la sociedad para llevar al Congreso a deponer al presidente.

, Hay veces en que no son pocas ni carentes de importancia o reserva las voces que se alzan en contra de lo que ellas consideran excesos de la prensa, así como también hay situaciones en las que, efectivamente, se cometen abusos injustificables. Por eso, no es de sorprender que muchos echen de menos el concepto de libertad parcial de prensa atribuido al país.

La clasificación está basada en diversos criterios, que van de asesinatos de periodistas como represalia por su trabajo (desde 2008, felizmente, Brasil no tiene casos de este tipo, si bien hay uno bajo sospecha : el del realizador cinematográfico Walter Lessa de Oliveira, muerto de un tiro en Maceió, y que había participado en reportajes acerca del tráfico de drogas en la ciudad) a otros incidentes de violencia contra personas o medios de comunicación y al tipo de comunicación vigente en el país a los efectos de regular las relaciones entre medios y sociedad.

Uno de los motivos principales, si no el principal, de esa baja ¨calificación¨ otorgada a Brasil en el Newseum es que, según la Freedom House, la libertad de prensa en el país "continua siendo imposibilitada debido a las acciones civiles y criminales por difamación, que crecieron de a miles en los últimos años, siendo frecuentemente usadas por los políticos, autoridades y empresarios como instrumentos de intimidación contra periodistas y medios de comunicación." Pocos países en el continente americano, tal vez Chile, padecen de este tipo de problema que tanto aflige a Brasil.

Las justificaciones de la Freedom House continúan: "Jueces de cortes de rango inferior interpretan a menudo artículos de los códigos civil y penal contra la prensa en casos de daños morales", imponiendo multas desproporcionadamente altas contra la prensa. Aunque muchos casos sean vueltos a considerar por recursos a instancias superiores, muchos episodios de censura impuestos por la Justicia, limitan el derecho del público a la información, y promueven la autocensura entre los periodistas."[4]

¿Vacío jurídico?

A diferencia de todas las situaciones anteriores en la historia de la libertad de prensa en Brasil, la principal amenaza a la misma, a principios del siglo XXI, no proviene del Poder

[4] Ver http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2008.

Ejecutivo, que fue quien la limitó en distintas ocasiones del pasado, sino del Poder Judicial.

Esa tendencia puede haber aumentado –paradójicamente– con la decisión del Supremo Tribunal Federal adoptada por siete votos contra cuatro en abril de 2009, según la cual la Ley de Prensa, (Ley 5250/ 67), impuesta durante el régimen militar y una de las más restrictivas del mundo, era incompatible con el orden constitucional vigente, posterior a la promulgación de la Constitución de 1988, y por lo tanto debería dejar de regir, cosa que ocurrió inmediatamente.

Distintos juristas sostienen que con ésta decisión se generó un "vacío jurídico", no solamente en relación a los procesos que estaban en marcha basados en la legislación de 1967, sino que también en relación a cómo obrarán los jueces en el futuro. Como dice, por ejemplo, Walter Ceneviva: "El temor se basa en dos puntos: El primero, en la posibilidad de crear, sin la ley, un universo de decisiones diferentes, de acuerdo al criterio de las convicciones de cada juez en los distritos judiciales nacionales, sin parámetros específicos. El segundo está ligado a la falta de limitación y cuantificación de la gravedad de las ofensas, los justos criterios indemnizatorios, prescripción y decadencia del derecho y el derecho de respuesta, entre otros."[5]

Sin el fundamento proporcionado por un instrumento específico para el periodismo, los jueces deberán decidir de acuerdo a la interpretación de las leyes comunes, como el

[5] Ceneviva, Walter, "Nova comunicação pós STF", en Folha de S. Paulo, 21 de noviembre de 2009.

Código Penal, que tipifica crímenes contra la honra (calumnia, injuria y difamación), que también figuraban en la Ley de Prensa, pero con tipificaciones y penas específicas, o sea que entre 1967 y 2009, cuando la ley de Prensa estuvo en vigor, la calumnia, la injuria y la difamación practicadas en medios de comunicación eran delitos distintos de la calumnia, la injuria y la difamación cometidos sin la utilización de medios de comunicación, y merecían distintos castigos.

Esos crímenes ya estaban tipificados antes de la Ley 5250/67, en el mismo Código Penal, en su versión de 1940. La ley de Medios colocó bajo su manto los casos de delito contra la honra cometidos por medios de comunicación. El fin de la vigencia de la Ley, aparentemente y en la opinión de la mayoría de los especialistas, remite nuevamente al Código Penal el juicio de sospecha de esos crímenes cuando fueren cometidos por la prensa. Más allá de esto, la Ley de Medios también trataba acerca de otros aspectos de la actividad periodística, entre otros, el derecho de respuesta, que ahora quedan sin amparo legal propio.

Pero el tema aún necesita una comprensión legal definitiva, que puede ser dada por una "interpretación vinculante" (cuando el Supremo Tribunal Federal explicita que una decisión suya sobre un caso individual vale para todos los casos similares que llegaren a esa solución), o por la aprobación de una nueva ley específica para los medios de comunicación, o simplemente, como muchos creen, por la simple maduración colectiva de la sociedad, la prensa y los tribunales.

El primer caso de supuesto abuso periodístico juzgado después del fín de la vigencia de la Ley de Medios ocurrió en

mayo de 2009 cuando el Superior Tribunal de Justicia (el segundo en orden de importancia del sistema jerárquico judicial brasileño, inmediatamente debajo del Supremo Tribunal Federal) entendió que los órganos de comunicación sólo deben ser castigados por falsos reportajes si hubieren pruebas de que su falsedad ya era conocida, previamente a su publicación.

El Tercer Grupo del STJ se basó en el Código Civil, en la Constitución y en el Código de ética de los Periodistas para juzgar el tema y revirtió dos decisiones que habían condenado a la Red Globo por difamación y calumnia.[6]

Folha de S. Paulo. "STJ julga o primeiro caso após a revogação da Lei de Imprensa" (30 de maio de 2009)

A merced de los jueces y de los medios.

En tanto el problema no sea resuelto como un todo de manera integral, cosa que puede demorar mucho tiempo, aún en el caso que las iniciativas para elaborar una nueva ley prosperen (al menos ésto es lo que la experiencia acumulada en Brasil permite prever, dada la lentitud con que las leyes son elaboradas y tramitadas por parte del Legislativo, hasta su entrada en vigor), la prensa nacional continuará a merced de los intereses y humores de jueces que no siempre hacen prevalecer el interés por la fidelidad a los principios expresados por el artículo 220 de la Constitución, el que sostiene que: "La

[6] *Folha de S.Paulo*, "STJ julga o primeiro caso após a revogação da Lei de Imprensa" (30 de maio de 2009).

manifestación del pensamiento, la creación, la expresión y la información bajo cualquier forma, proceso o medio no sufrirá ninguna restricción".

Queda claro que no todas las decisiones de la Justicia, ni siquiera las de primera instancia, amenazan siempre a la libertad de prensa. Muchas siguen rigurosamente los preceptos constitucionales. Por ejemplo, la acción cordinada que los seguidores de la Iglesia Universal del Reino de Dios[7] desencadenaran contra el diario "Folha de S. Paulo", en la que 107 procesos fueron iniciados con pedidos de indemnización por daños morales, luego de la publicación en el año 2007 de un reportaje que desagradó a los líderes de la iglesia, fracasó. Los 66 casos juzgados (hasta noviembre del año 2009), tuvieron sentencia favorable a *Folha*.[8] Los ciudadanos que accionaron contra el diario ejercieron su derecho a tratar de obtener en la Justicia una reparación por lo que consideraban un material que les era perjudicial. Pero los jueces que evaluaron sus pruebas resolvieron a favor de la libertad periodística.

Los investigadores del periodismo brasileño ofrecerían una importante contribución a la sociedad, si realizaran un relevamiento completo de todas las acciones judiciales llevadas a cabo contra medios de comunicación, durante un determinado período de tiempo, para de este modo, poder tener una noción

[7] Una de las iglesias evangélicas más populares del país, con decenas de millones de seguidores, que usan canales de TV y radio para propagar su doctrina.

[8] *Folha de S.Paulo*, "Juiz julga improcedente ação contra a Folha" (29 de enero de 2009).

más exacta del porcentaje de ellas con decisión a favor o en contra de la prensa, y de acuerdo o no con el principio constitucional de garantía de la libertad de expresión y de prensa.

También es cierto que se dan situaciones en las que los medios de comunicación abusan de su derecho a informar y opinar, e incurren en delitos de injuria, calumnia, difamación, o que por difundir informaciones erradas o distorsionadas, causan daños considerables a personas o instituciones, y que como consecuencia de ello, merecen ser castigados por la Justicia y a menudo no lo son, ya sea porque la decisión de la justicia les es favorable, o porque las víctimas no desean accionar judicialmente.

El enorme poder que se atribuye a los medios, (que de hecho no es tan grande como se le atribuye), de provocar cambios de orden político y social, está en realidad devaluado donde él realmente obtiene mayor virulencia, o sea, en el ámbito de la vida privada. Los efectos del interés periodístico sobre la persona común, pueden ser devastadores, especialmente cuando ella es acusada de delitos, contravenciones o fechorías que no cometió. La súbita notoriedad negativa sacude el espíritu, humilla a los familiares, crea desconfianza, perturba los negocios y las relaciones, pudiendo afectar el carácter, y hasta conducir al suicidio, como sucede en ciertos casos.

Son tristemente célebres, por citar algunos ejemplos brasileños recientes, los episodios de la Escuela Base[9] del ex-mi-

9 Directores y profesores de una escuela particular de primer grado fueron acusados por alumnos y policías de cometer abusos sexuales contra los alumnos; loa medios de prensa dieron amplia difusión a esas acusaciones, las que se revelaron posteriormente, como completamente falsas.

nistro Alceni Guerra y del ex-diputado Ibsen Pinheiro[10]. Aún cuando a los medios de comunicación les fuera impuesto el pago de indemnizaciones, como lo fue en el caso de la Escuela Base, ellas resultaron insuficientes para rehacer las vidas destruidas de aquellas personas falsamente acusadas de haber cometido crímenes moralmente ofensivos, y apresuradamente condenadas por la opinión pública, antes que los procesos criminales se hubieran siquiera iniciado.

Es igualmente cierto, que un gran número de ciudadanos perjudicados por los medios, especialmente aquellos más pobres o menos instruidos e influyentes, se intimidan frente al poder de los grandes medios de comunicación, pensando que sus posibilidades de vencerlos en la Justicia son muy escasas, y que promover un proceso probablemente les resultaría costoso, problemático e ineficaz, prefieren por lo tanto ser perjudicados, a recurrir a los canales a los que tienen derecho. De esta manera, muchos delitos de la prensa permanecen impunes.

El recurso de los poderosos

Entre los poderosos, en especial en las pequeñas comunidades, o entre aquellos que mantienen buenas relaciones con los magistrados, ocurre exactamente lo contrario: apelan en

10 Alceni Guerra, ministro de Salud del gobierno de Collor de Mello fue falsamente acusado de corrupción, al igual que Ibsen Pinheiro, diputado federal, ambos en la década de 1990.

forma desinhibida a los tribunales, reciben un trato preferencial y, –al menos en primera instancia– en general tienen éxito en sus pleitos, con sentencias frecuentemente abusivas, no solamente en términos de los valores monetarios solicitados como indemnización, sino que también, cosa más grave e inadmisible, en la simple prohibición de la comunicación de la información, que muchas veces, no es falsa, ni calumniosa, injuriosa o difamatoria.

Aún si los tribunales de apelación revieran las decisiones que claramente contrarían el espíritu de la ley, éstas continuarían causando considerables daños al público, a los medios de comunicación, así como a los periodistas individualmente, y esos daños, aún cuando los más ostensibles alcancen a los medios de comunicación más pequeños, (y por lo tanto, más indefensos) en las ciudades y estados más apartados de los grandes centros de poder, alcanza, de hecho, a toda los medios.

La revista "Consultor Jurídico", por ejemplo, realizó un análisis del número de acciones de indemnización por daños morales, que existen contra los cinco principales grupos de comunicación de Brasil (Globo, Abril, Folha, O Estado de Sao Paulo Y Editora Tres), y constató que en el año 2007 eran prácticamente una por cada periodista empleado por esos grupos (3133 procesos en un universo de 3237 periodistas)[11]. El mismo estudio muestra que el valor medio de las indemnizaciones solicitadas se había cuadruplicado en cuatro años (de

[11] Ver http://www.conjur.com.br/2007-mai-31/aumenta_valor_medio_indenizacoes_imprensa.

R$ 20 mil a R$ 8o mil), para un importe equivalente a 53 veces el salario medio de los periodistas pertenecientes a aquellas organizaciones empresarias.

Otro análisis realizado por la ONG Artigo 19 (artículo 19), con sede en Inglaterra, que posee una filial brasileña y defiende la libertad de expresión, constata que un "número significativo de decisiones preliminares concedidas por jueces de primera instancia habían constituido censura, incluso censura previa, en situaciones en las que está prohibida la publicación de información sobre los autores de las acciones judiciales." [12]

Indudablemente, como se verá en algunos ejemplos citados más adelante, en muchos casos, esas decisiones, ya sean de censura o de indemnizaciones monetarias elevadas debidas a supuestos daños morales, constituyen un abuso de poder, y aún si el 80% de las mismas son posteriormente revisadas por los tribunales superiores (de acuerdo a una estimación registrada en el mismo informe de la Artigo 19), sus efectos nefastos sobre la ciudadanía y sobre el libre intercambio de la comunicación se hacen sentir dramáticamente, porque muchas de esas revisiones pueden llevar años hasta su conclusión, y en el 20% de los casos restantes, las decisiones desfavorables a los periodistas y a la libertad de prensa, se mantienen hasta la finalización de los recursos.

La acordada referente a la decisión del Supremo Tribunal Federal que terminó con la existencia de la Ley de Prensa del

[12] Disponible en http://www.article19.org/pdfs/publications/brazil-mission-statement-port.pdf.

régimen militar, publicada el 6 de noviembre de 2009, garantizó a los medios de comunicación, el derecho a recurrir directamente al STF cuando sospecharan ser víctimas de censura. Mediante éste recurso, será posible acelerar mucho el proceso, ya que una decisión de primera instancia no deberá pasar por las distintas instancias intermedias (cosa que normalmente lleva años), hasta llegar al Supremo. La acordada abre también la posibilidad de que el índice de 80% de éxito en el rechazo de la censura sea mantenido o ampliado, porque en general, las decisiones del STF se han orientado a respetar el artículo de la Constitución que garantiza la libertad de prensa. Como dice el ministro Carlos Ayres Britto en la acordada: "No hay libertad de prensa a medias, o bajo las tenazas de la censura previa, inclusive la procedente del Poder Judicial, bajo pena de resbalarse hacia el espacio inconstitucional de la prestidigitación jurídica).[13]

Casos ejemplares

El episodio de mayor repercusión de todos ocurrió el 30 de julio de 2009, cuando un "desembargador"[14] del Tribunal de Justicia del Distrito Federal, Dácio Vieira, prohibió al periódico "O Estado de Sao Paulo", con una acción de amparo,

[13] *Folha de S.Paulo,* "Jornais agora podem contestar atos de censura no próprio STF" (7 de noviembre de 2009).

[14] En el sistema judicial brasileño, se denomina desenbargador a los jueces de segunda instancia.

publicar cualquier información relativa a la Operación “Boi Barrica”, acción de la policía Federal que investigaba, entre otros, a Fernando Sarney, hijo del presidente del Senado y ex presidente de la República José Sarney, a la sazón, bajo acusación de estar comprometido o de haber incurrido en innumerables actos ilegales.

La investigación de la PF se llevaba a cabo bajo secreto de sumario. En caso de no respetar la decisión – que no fue divulgada por ser llevada a cabo en forma reservada – el diario sería castigado con una multa de R$ 150 mil por reportaje publicado. El diario cumplió la decisión del “desembargador”. Ningún otro medio publicó la información de la que disponía, por presunción (corroborada por la mayoría de los abogados especializados), de que también se les impediría hacerlo, y que serían castigados en caso de hacerlo. Durante los meses de setiembre, octubre y noviembre, la “Folha de S. Paulo” publicó tramos de grabaciones de la Policía Federal llevadas a cabo durante la Operación “Boi Barrica”, pero sin revelar la procedencia. La Justicia no accionó contra la “Folha de Sao Paulo”.

“O Estado de S. Paulo” interpuso un recurso, pero otro “desembargador”, Walter Leoncio, del mismo tribunal, mantuvo la acción de amparo aduciendo prudencia, hasta obtener más información de su colega y del Ministerio Público acerca del caso. Anteriormente, el periódico ya había intentado suspender la acción de amparo alegando sospechar del “desembargador” Dácio Vieira, quien es conocido que por tener una relación de amistad con la familia Sarney. En noviembre el diario interpuso un recurso ante el STF, pero el ministro que

lo recibió también pidió, para responder, plazo hasta diciembre. La censura se mantuvo, por al menos, 120 días. En ese período, las informaciones que ella impidió que se hicieran públicas (si bien otras similares, estuvieron siendo trasmitidas por todos los medios, incluyendo al propio “O Estado de Sao Paulo”) podrían haber movilizado a la opinión pública contra el senador Sarney, cuya renuncia o destitución del cargo era reivindicada por una parte importante de la opinión pública brasileña. El senador, con el apoyo del presidente de la República, eludió aparentemente la amenaza de perder el cargo. Resulta difícil evaluar cuánto ayudó la censura a “O Estado de Sao Paulo”, en su exitosa lucha por su supervivencia política.

La censura judicial impuesta a “ O Estado de Sao Paulo”, uno de los tres mayores y uno de los más antiguos periódicos en circulación del país, reconocido mundialmente como referencia de buena calidad y de defensa de los principios de la libertad de expresión de la prensa brasileña, generó reacciones en distintos países. La Asociación Mundial de Diarios, el Fórum Mundial de Editores, la Organización de Estados Americanos, la Sociedad Interamericana de Prensa, la Federación Internacional de Periodistas, el Comité para la Protección de Periodistas, la ONG Reporteros sin Fronteras fueron algunas de las entidades internacionales que se comunicaron con los presidentes de la República de Brasil y del Supremo Tribunal Federal, para manifestar su preocupación y expresar su disconformidad y exigir la revocación de la censura. Más allá de esto, muchas organizaciones nacionales, políticos de distintos partidos, intelectuales y juristas protestaron contra

la decisión. Hasta el "New York Times" publicó el caso destacadamente el 31 de agosto de 2009, en medio de un largo reportaje acerca de las nuevas amenazas contra periodistas en América Latina.[15]

Esta no es la reacción normal frente a los diversos casos de censura de éste tipo que ocurren en Brasil con creciente frecuencia. El hecho de implicar a una poderosa empresa periodística, influyente y respetada, fue el motivo de la movilización que acabó ocurriendo y que, aún así, como se pudo ver, fue insuficiente para que la decisión en la primera instancia fuese revertida rápidamente. Esto a pesar de que el mismo presidente del STF, ministro Gilmar Mendes, la más importante autoridad de la Justicia del país, haya pedido públicamente celeridad en la revisión de la preliminar. "Es necesario que éste asunto no quede sujeto a la evaluación de un solo juez, que el tribunal se pronuncie dando oportunidad a que el tema tenga un curso normal. Si fuera el caso, que pase a instancias superiores."[16]

En el ínterin, el Tribunal de Justicia del Distrito Federal, no se dejó conmover por los comentarios de Mendes y otros juristas de igual peso, como su antecesor en la presidencia del STF, Carlos Velloso, quien dice: "lo mandado es un remedio constitucional, así como el habeas corpus, porque trata de garantías previstas en la Carta. Debe recibir tramitación más rápida, preferencial respecto a otros procesos. Los mandados

[15] Barrionuevo, Alexei. "Latin American Journalists Face New Opposition". En *The New York Times* (31 de agosto de 2009).

[16] O Estado de S.Paulo. "Repúdio à censura", (20 de agosto de 2009).

entran en la lista en primer lugar. Los reglamentos de los tribunales y los códigos consagran la preferencia al juzgamiento de esas acciones constitucionales”.[17]

Modelos de conducta

El caso de “O Estado de Sao Paulo” es excepcional, a pesar de ser paradigmático. Mucho más típico en éstas situaciones de censura política, es que la sociedad simplemente ignore los abusos, los que acaban concretándose y frecuentemente, perpetuándose. Tomemos por ejemplo, una situación de junio de 2009. Un diario de Santa Cruz do Rio Pardo (pequeña ciudad del interior del Estado de Sao Paulo) fue condenado a pagar R$ 593 mil como indemnización por daños morales a un juez, valor que corresponde a dos años y medio de la facturación bruta de la empresa.

Su propietario, el periodista Sergio Fleury Morales, afirma que la decisión implica una “pena de muerte económica”, ya que lo obliga a cerrar el semanario, publicado durante 32 años. La acción de indemnización por daños morales, promovida por el juez Antônio José Magdalena, recorrió en juzgado (cuando la decisión es definitiva y no cabe más la presentación de ningún otro recurso), el año 2002, y el 24 de junio del año 2009 entró en fase de ejecución sin que hubiese protesta alguna ni de la sociedad, ni de la industria periodística, ni de los sindicatos de trabajadores de los medios de prensa.

[17] O Estado de S.Paulo. “Dilatando à censura” (5 de septiembre de 2009).

La acción se inició en 1995, después que el "Debate" publicó un reportaje en el que se decía que el juez habitaba en una casa cuyo alquiler era pagado por la municipalidad local y que contaba con una línea telefónica también costeada por la misma. En 1996 la repercusión de la disputa entre el juez y el periodista traspasó los límites de la ciudad y logró inmediata trascendencia a escala nacional, cuando Magdalena, que ya promovía una acción por daños morales contra Morais, determinó que el periodista fuese preso, en un caso relacionado a una acción electoral.[18]

Un estudio llevado acabo por el diario "Folha de S. Paulo" en el año 2008 muestra que "las indemnizaciones por daños morales fijadas en procesos iniciados por jueces contra órganos de prensa tienen un valor aproximadamente tres veces mayor que el estipulado en acciones promovidas por personas de otras áreas de actividad". Magistrados que recurren a la Justicia alegando haberse sentido ofendidos por algún reportaje obtienen, en promedio, indemnizaciones equivalentes a 1132 salarios mínimos, cuando personas de cualquier otra ocupación obtienen en promedio compensaciones de 361 salarios mínimos.[19]

El modelo de conducta queda en estos estudios, bastante claro. Muchos jueces locales actúan de modo corporativo y en forma antagónica con los preceptos constitucionales. Fre-

[18] Folha de S.Paulo. "Jornal terá de pagar R$530 mil para juiz" (25 de junio de 2009).

[19] Folha de S.Paulo. "Ações de juízes contra mídia têm valor maior" (27 de abril de 2008).

cuentemente, para los periodistas y los medios de prensa, como en el caso del diario “Debate” anteriormente mencionado, las consecuencias económicas son catastróficas. No es que ellas no deban ser, en principio, extremadamente severas, incluso al punto de impedir la supervivencia del medio, pero siempre que el delito cometido haya sido grave, y probado fuera de toda duda, cosa que está lejos de suceder en el caso antes citado. En general, en estas situaciones, el mayor daño es el político e institucional.

Amén del artículo 220 anteriormente citado, la Constitución en vigor también estipula en su artículo 5º : “Es libre la expresión de la actividad intelectual, artística, científica y de comunicación, independientemente de censura o permiso”. No ha sido inusual que decisiones de la Justicia contradigan explícitamente este precepto.

Durante la campaña electoral de 2006, por ejemplo, un juez electoral de Amapá, en la región de la Amazonia, uno de los Estados de menor densidad demográfica, mayor nivel de pobreza y más apartado de los centros de poder político y económico de Brasil, ordenó el retiro del aire, de distintos “posts” del blog de Alcinéa Cavalcanti que él consideró ofensivos para el senador Jose Sarney, entonces candidato a la reelección. El blog de la hermana de Alcinéa, Alcilene Cavalcanti, también fue retirado del aire por el proveedor UOL por determinación de la Justicia Electoral .[20]

[20] Ver http://studioz.multiply.com/journal/item/719.

Este, por cierto, no es el único episodio de censura judicial que compromete a la familia Sarney en el pasado reciente de Brasil, y antes del tan divulgado caso con el diario "Estado de Sao Paulo" (durante el cual el senador hizo un discurso en el cual afirmó nunca haber actuado contra la libertad de prensa). En Maranhão, Estado del Nordeste brasileño, también uno de los más pobres de Brasil y en el que el clan ejerce un gran poder político hacen ya por lo menos 50 años, un pequeño diario, como su propio nombre lo indica ("Diario Pequeño"), que hace la oposición a la familia desde 1966, año en el que el patriarca se eligió por primera vez gobernador, ha sido víctima de decisiones judiciales que cercenan su libertad desde hace tantas décadas como las que los Sarney ejercen el poder regional.[21]

No cuesta recordar, ya que se cita aquí el ejemplo de la familia Sarney, que ella – como las de muchos otros líderes políticos, especialmente los regionales – tiene acceso a utilizar la Justicia para acallar a los medios de comunicación que se le oponen, así como a usar los medios que poseen para presionar, muchas veces, en forma ilegal, y permanecer impunes porque los jueces, ágiles y expeditivos para castigar a sus adversarios, se han mostrado lentos y complacientes para tomar medidas contra quienes los apoyan.

No es éste el único líder político que se vale de la Justicia para suprimir la voz de sus críticos. En Rio Grande do Sul, el periódico mensual "Já", que circulaba ininterrumpi-

[21] Valor Econômico. "Família Sarney errou de cálculo ao acionar jornal" (5 de agosto de 2009).

damente desde hacían 24 años, anunció, en noviembre de 2009, que estaba finalizando su publicación, por no poder pagar las indemnizaciones que le fueran impuestas por la Justicia, luego de la acción promovida en su contra por la familia de Germano Rigotto (uno de los más poderosos líderes políticos regionales), por haberse referido, en el año 2001, a denuncias hechas contra ella y que constaban en investigaciones hechas por el Ministerio Público y por una Comisión Parlamentaria de Investigación.[22] La gran empresa brasileña y la sociedad civil en general, prácticamente no se pronunciaron sobre el episodio.

En la elección presidencial del año 2002, a pedido del candidato Anthony Garotinho (que renunciara al mandato de gobernador de Rio de Janeiro para competir por la presidencia de las República), el juez de un Juzgado Civil de Rio de Janeiro, Marcelo Oliveira, suspendió por medio una acción judicial la publicación de un reportaje en la revista "Carta Capital" con denuncias hechas contra Garotinho por su ex tesorero. La acción de amparo cayó por decisión de un tribunal superior.[23]

En años electorales, las decisiones de éste tipo han sido constantes en todo el país, en estados grandes o pequeños, involucrando a publicaciones de todo tamaño; y el Poder Legislativo, que raramente en la historia del país se molestó por la libertad de prensa, engendró, para el año electoral 2010, una reforma electoral que casi significó una serie de restric-

[22] Cunha, Luiz Cláudio. "O jornal que ousou contar a verdade" (Observatório da Imprensa, 24 de noviembre de 2009).

[23] *Carta Capital*. "A Bem de Carta Capital e de todos" (29 de mayo de 2002).

ciones a la libertad de expresión, especialmente por medio de la internet. La mayor parte de las propuestas más limitativas, cayó, después de la fuerte presión ejercida por distintos sectores de la sociedad civil, pero algunas se mantuvieron, como la que obliga a los sites de Internet que promueven debates de candidatos, a invitar a todos los postulantes.

Pero no es solamente por causa de las elecciones, que la censura previa – a pesar de estar prohibida por la Constitución – tiene lugar, Suman centenares los casos en que las decisiones judiciales censuran, al menos por un período de tiempo, la actividad de los medios de comunicación frente a sospechas de irregularidades practicadas por agentes públicos, entre ellos, muchas veces, eminentes miembros del Poder Judicial.

Censura no política

En el año 2007, le fue prohibido por la justicia estatal de Sao Paulo, al semanario "Folha de Vinhedo", de otra pequeña ciudad del interior del estado de Sao Paulo, publicar en sus páginas una entrevista que denunciaría la participación de autoridades, empresarios, y miembros de los Poderes Ejecutivo y Judicial de la ciudad, en actos de corrupción. La jueza Ana Lucía Xavier Goldman, de la 1 Vara Civil de Jundiaí (la mayor ciudad de esa región del estado), juzgó que la publicación podría "manchar la credibilidad en el Poder Judicial y en el Ministerio público de Vinhedo".[24]

[24] Portal Imprensa, "Justiça estadual proíbe jornal de Vinhedo de publicar entrevista" (16 de junio de 2007).

Y en el año 2009, el juez Márcio Reinaldo Brandao Braga, de la "Vara" de los Hechos de Relación de Consumo, Civiles y Comerciales del distrito de Salvador, capital de Bahía, importante estado del nordeste brasileño, prohibió la publicación por parte del periódico local "A Tarde", de noticias consideradas lesivas a la imagen y honra de un "desembargador" sospechado de involucramiento en la venta de sentencias, hecho que viene siendo investigado, y actualmente en proceso administrativo. El "desembargador" es Rubem Dario Peregrino Cunha, quien ya enfrentó un proceso por falsificación de documento público, falsedad ideológica y estafa.[25] Esta prohibición cesó el 22 de setiembre, después de más de dos meses de vigencia.[26]

En otras ocasiones, son empresas particulares que apelan a la Justicia para impedir que sean publicadas informaciones que ellas entienden que les podrían ser desfavorables. En el año 2003, a la revista "Vôce S/A", especializada en negocios y de circulación nacional, publicada por la editorial Abril, la mayor editora del país, le fue vedado por una acción de amparo interpuesta por el juez Antônio Dimas Cruz Carneiro, de la 2 "vara" Civil de Pinheiros en Sao Paulo, publicar un reportaje acerca de reubicación profesional, porque la Dow Right Consultoría en Recursos Humanos, se decía perjudicada, ya que sería citada en el texto como la que recibía mayor

[25] França, Mônica. "O autoritarismo veste toga", Observatório da Imprensa (11 de agosto de 2009).

[26] *O Estado de S. Paulo*. "Justiça derruba censura ao jornal 'A Tarde' na Bahia" (23 de setembro de 2009).

número de reclamos por su trabajo. Aunque la revista entrevistó a los directores de la empresa para que diesen su versión de los hechos, la consultoría consiguió que el juez impidiera la publicación, salvo que la revista diera, en la misma edición, una respuesta de la Dow Right a las acusaciones.[27]

E incluso hay ciudadanos individuales que actúan de la misma manera, como la muy famosa actriz Juliana Paes, que obtuvo del juez Joao Paulo Capanema de Souza, del Juzgado Civil Especial de Rio de Janeiro, una determinación para impedir que el columnista de humor Jose Simão, de la "Folha de Sao Paulo", le hiciese alusiones consideradas deshonrosas bajo pena de tener que pagar una multa de R$ 10 mil por mención publicada. Ella alegó que Simão o venía "publicando reiteradamente en los medios de comunicación en los que actúa, sobre todo en los electrónicos (Internet), textos que habían sobrepasado los límites de la ficción experimentada por el personaje [que ella interpretaba en una telenovela], y repercutido sobre su honra y moral como actriz y mujer, y su família".[28]

La decisión fue revocada casi dos meses después por una instancia superior. Por coincidencia, la revocación tuvo lugar el mismo día en que fue emitido el capítulo final de la telenovela en la que Juliana Paes protagonizaba uno de los roles estelares, y que era el motivo de las bromas del humorista

[27] Disponible em: http://www.midiaindependente.org/pt/blue/2003/03/250609.shtml.

[28] *Folha de S.Paulo.* "Juiz proíbe que Simão fale de Juliana Paes" (17 de julho de 2009).

hacia la actriz. O sea que la razón por la que el humorista hacía sus chistes dejaba de existir. Como afirmó la abogada Tais Gasparian, después de la revocatoria de la censura, “la reconsideración debe ser elogiada, si bien es de lamentar la demora en la revocatoria. En el caso, prácticamente se perdió la actualidad del asunto, porque hoy (ayer) es el día de la emisión del último capítulo de la novela. Todos los comentarios que José Simão hacía respecto a Juliana Paes estaban relacionados con la novela”.[29]

El despacho del juez Moreira Junior, que revocó la medida, reconoce que la justicia no puede imponer censuran previa: “Si hubo exceso cometido por el reo, incluso en la divulgación de temas atinentes a la honra de la autora tal hecho es cuestión de mérito, y, si fuera el caso, el reo será responsabilizado civilmente, porque el Poder Judicial no puede ejercer el papel de censura previa a la libertad de prensa.”[30]

En el año 2007, el cantor Roberto Carlos, probablemente el más popular de Brasil, obtuvo del juez Mauricio Chaves de Souza Lima, de otra “Vara “Civil de Rio de Janeiro, una decisión que determinó el secuestro de toda la edición ya impresa de su biografía titulada “Roberto Carlos en detalle”, escrita por Paulo Cezar de Araújo y publicada por la Editorial Planeta, quedando sujeta a una multa diaria de R$ 50 mil si no la cumpliera. “El juez reconoció que el texto del libro so-

[29] *Folha de S.Paulo*. “Juiz suspende censura prévia a José Simão” (12 de setembro de 2009).

[30] Id., ibid.

brepasó los límites de la libertad de expresión, constituyendo una invasión de la privacidad y una ofensa a la moral de Roberto", afirmó el abogado del cantante, Marco Antônio Campos.[31] Dos años y medio después, la censura aún está en vigor, y los recursos del biógrafo y de la editora aún no fueron juzgados.

Hasta los mismos medios de comunicación apelan al mismo artificio, con el objeto de impedir que opiniones o informaciones despreciativas o perjudiciales a sus negocios o a la reputación de sus propietarios sean divulgadas. Fue lo que ocurrió en el año 2005, cuando el juez Raimundo das Chagas, de la "Vara" civil de Belém, difirió la acción de indemnización por daño moral propuesta por Ronaldo Maiorana y Romulo Maiorana Júnior, propietarios del grupo Liberal, del estado de Pará, en la Amazonia, la mayor corporación de comunicaciones del norte del país, afiliada a la Red Globo de Televisión.

El juez condenó al "Jornal Pessoal", a indemnizar a ambos empresarios por presunta ofensa a la memoria de su padre, en R$ 30 mil, más los honorarios correspondientes a los abogados, arbitrados en el máximo legal (20% del valor de la causa), más costas judiciales. El valor corresponde a un año y medio de la facturación bruta del "Jornal Pessoal.[32] Tómese en cuenta que ninguna de las entidades nacionales de perió-

[31] *Folha de S.Paulo*. "Justiça do Rio veta venda de livro sobre Roberto Carlos" (24 de fevereiro de 2007).

[32] Pinto, Lúcio Flávio. "A condenação seletiva da censura", *Observatório da Imprensa* (27 de agosto de 2009).

dicos o de periodistas protestó contra éste acto de censura, que no es el único perpetrado por los propietarios del grupo Liberal contra el “Jornal Pessoal”, cuyo dueño es un respetado periodista que trabajó muchos años en la llamada gran prensa. Como se puede ver, el corporativismo no es exclusividad de los magistrados en los casos de violación al derecho constitucional de la libertad de expresión.

Confrontación de derechos

En todos estos incidentes, la parte que acciona la justicia para censurar aquello que no le gusta, invoca, es claro, derechos y leyes. Es obvio que hay en estos episodios, un real conflicto de interpretaciones, acerca de qué libertad o qué derecho es superior a los demás, y en consecuencia, cuál debe imponerse. Están en juego la libertad de expresión, el derecho de la sociedad a ser informada de los hechos de interés público, pero también el derecho a la privacidad y a la honra así como a la presunción de inocencia. Lo que han faltado, son criterios claros de la jurisprudencia acerca de cómo proceder objetivamente cuando esa disputa tiene lugar.

Hay un punto que fue insistentemente repetido en la argumentación contra la censura impuesta a “O Estado de Sao Paulo” y que está cerca del consenso entre los analistas (si bien no entre los jueces), y es que todos deben responder por los abusos de la libertad de expresión que cometen cuando calumnian o difaman, pero que no se puede tolerar la censura previa. “No corresponde a nadie decidir previamente, si el

derecho individual de quien quiera que sea, está siendo violado por la divulgación de información. Esa sentencia sólo se puede dar posteriormente a la difusión" dice la presidente de la Asociación Nacional de Periódicos, Judith Brito.[33]

Un razonamiento semejante es el usado por el jurista Walter Ceneviva:"La idea de un derecho absoluto, contraría el límite de su ejercicio de cara al derecho de los demás. (…) el Derecho Constitucional acepta que el Poder Judicial pueda punir a quien se exceda en la manifestación del pensamiento, pero no permite que al medio periodístico le sea prohibido, anticipadamente, difundir noticia, información, o crítica, respecto a quien quiera que sea, persona determinada o no, ocupante o no de cargo público. Prohibir una futura publicación, referida a cualquier persona supuestamente amenazada por el material que un órgano de comunicación pretenda divulgar, viola el principio básico de la Carta Magna, ofende la esencia jurídica de la libre comunicación, del medio, y de la comunidad."[34]

Otro aspecto casi consensual es que, en caso de ocurrir una filtración de información que estaba bajo secreto de la Justicia, el error es cometido por quien deja filtrar, no por el medio de comunicación que posteriormente la publica, como agumenta el ministro del STF Marco Aurelio Mello: Combátase la filtración, pero sin llegar al cercenamiento de la li-

[33] Brito, Judith. "Censura prévia é inadmissível". *Folha de S.Paulo* (27 de agosto de 2009).

[34] Ceneviva, Walter. "Censura judicial da mídia". Folha de S. Paulo (15 de agosto de 2009).

bertad de expresión ni de trasmitir noticias."[35] Esa interpretación fue la que prevaleció en la Suprema Corte de los Estados Unidos cuando juzgó, en 1971, el célebre caso conocido como los "Documentos del Pentágono", en el que al "New York Times" y a otros periódicos les fue prohibido publicar durante 15 días, por decisión "orden judicial preventiva" de la Justicia, hasta que la Corte les diera la causa por ganada, documentos secretos del Departamento de Defensa de los Estados Unidos sobre la guerra en el sudeste asiático, que habían sido robados por un funcionario del mismo Departamento de Defensa.

Cuando la censura previa y la publicación de informaciones producto de filtraciones, no son los temas en debate, el desacuerdo entre los analistas es mayor. Básicamente lo que está en debate es la aparente contradicción entre dos artículos da la Constitución: el 5º que garantiza el derecho a la imagen, a la privacidad, a la honra y al buen nombre, y el 220º que asegura el derecho a la información y a la libertad de expresión. Para que la sociedad pueda usufructuar de ambos, es necesario lograr un equilibrio entre los dos principios básicos que esos artículos buscan preservar. Ninguno de los dos se impone siempre como el más importante.

No parece haber duda, de que se han vuelto cada vez más frecuentes las intervenciones de jueces de primera instancia, dando prioridad al artículo quinto, llegando al abuso en la

[35] Macedo, Fausto. "Vazamento é antecedente, não é erro do jornal', diz Marco Aurélio". O Estado de S. Paulo (15 de agosto de 2009).

determinación de la censura previa, aún cuando, con mucha mayor frecuencia, determinan reparaciones materiales a los medios de comunicación que muchas veces alcanzan valores demasiado altos para ser pagados por las empresas castigadas. Si debe o no haber un límite previsto por ley a la sanción pecuniaria, es uno de los temas que promueven más discusiones y una de las razones por la cual muchos son favorables a una nueva ley específica, que, contrariamente a la de la dictadura, fuese en éste y otros aspectos más favorable a las empresas periodísticas, La Ley de Prensa de la dictadura, castigaba con mayor rigor que el de la legislación común, los delitos cuya pena implicaba la pérdida de la libertad para los periodistas, si bien era mucho más condescendiente en relación a las penas pecuniarias impuestas a las empresas de comunicación.

¿Es necesaria una ley de prensa?

La multitud de defensores de la tesis de que es necesaria una ley específica para regir las actividades periodísticas, está en consonancia con la cultura brasileña, en la que existe la creencia de que todos los problemas sociales pueden ser resueltos por la aprobación de alguna ley. Las entidades de clase del sector de comunicación, ya sean patronales u obreras – situadas generalmente en extremos opuestos en casi todos los otros temas atinentes a su actividad – están entre los que apoyan esa posición. Ellos alegan, que en distintas normas legales que nada tienen que ver con la prensa, los legisladores han incluido artículos y párrafos con el fin de limitarla. De hecho,

leyes tan dispares como el Estatuto del Niño y el Adolescente, o el Código de Protección al Consumidor, la Ley Afonso Arinos (que prohíbe la discriminación y los prejuicios raciales), y el nuevo Código Civil, llegan a considerar, por las más diversas razones, la confiscación de publicaciones, así como la prohibición de escritos y la exhibición de imágenes. Todos ellos, por lo tanto, son documentos de un rango inferior al de la Constitución y no pueden prevalecer sobre lo expresado en el artículo 220 de la Constitución, al menos en la opinión de la mayoría de los especialistas.

Lo que de hecho está, probablemente, detrás de la defensa de una legislación específica para la prensa por parte de las empresas propietarias de medios de comunicación, es solamente, o principalmente, el deseo de que ésta limite el valor de las indemnizaciones que ellas puedan ser condenadas a pagar, o a impedir que el derecho a réplica sea ejercido de un modo que pueda perjudicar sus negocios, en caso que ello implique grandes espacios impresos, o la emisión por parte de las emisoras de radiodifusión y en horarios pico, de largas comunicaciones.

La razón del apoyo por parte de las entidades de clase de los periodistas a una nueva legislación específica para la prensa, tal vez sea una manifestación de la vieja ideología de intentar controlar el pensamiento, por ejemplo, por medio de cláusulas destinadas a impedir la "falsedad no nominativa", o sea, la posibilidad de condenar a medios de comunicación a partir de presentaciones del Ministerio público en defensa de la "colectividad", aún cuando ningún ciudadano, grupo de ciudadanos, o entidades, se sientan perjudicados y reclamen

contra ellos ante la Justicia. El combate a la "falsedad no nominativa", sería una trinchera más desde la cual promotores imbuídos de la necesidad radical de combatir los valores de la sociedad burguesa, podrían llevar a cabo sus objetivos contra la "gran empresa", o como ahora es más habitual denominarlos, los "viejos medios"

Thiago Bottino, profesor de Derecho de la Fundación Getulio Vargas de Rio de Janeiro, no cree necesario crear una nueva ley, a pesar de la actual confusión provocada por las abusivas determinaciones de los jueces de primera instancia; dice que "la conducta de los jueces no era común hasta poco tiempo atrás. Este es un fenómeno reciente, y creo que está relacionado con el papel cada vez más activo del Poder Judicial en los debates públicos nacionales y más allá de que los jueces han abandonado la postura minimalista y reservada de antes, la propia sociedad lleva al Poder Judicial una infinidad de cuestiones que antes eran resueltas de otro modo. (…) Esas decisiones son un "efecto colateral" del fenómeno causado por el descuido de los Poderes Legislativo y Ejecutivo que generó la presión social sobre el Poder Judicial.[36]

Y para vérselas con ese efecto colateral, el Poder Judicial no está entre aquellos que sostienen que una nueva ley pueda ser beneficiosa. "Es cierto que en algunos casos hay excesos del Poder Judicial, debido al voluntarismo de los jueces, pero se espera que los tribunales (y el sistema de recursos) corrijan los excesos. No creo que una ley de prensa pudiese resolver

[36] Bottino, Thiago. Declaración al autor (28 de abril de 2009).

ésto: por otra parte, una ley que le prohibiese al juez conceder acciones de amparo, ¿Sería constitucional, en materia de libertad de expresión? ¿Puede el legislador limitar el poder del Poder Judicial de conocer algo y tomar una decisión? El AI-5 (Acto Institucional Número 5, impuesto por el régimen militar el 13 de diciembre de 1968 y que significó el endurecimiento de la dictadura, casi un golpe dentro del golpe, y que la llevó a sus momentos de mayor represión política), hizo esto prohibiendo el "habeas corpus" por delitos políticos. En el presente, la Constitución prohíbe únicamente que el Poder Judicial analice el mérito de los castigos disciplinarios militares."[37]

Maurício Azêdo, presidente de la Asociación Brasileña de Prensa, tampoco cree en la necesidad o eficacia de una nueva ley de prensa, y cita al ministro Carlos Ayres Britto, del STF, en su argumentación: "Carlos Ayres Britto destacó que la Constitución otorga plenitud a la libertad de prensa, lo que impide que su ejercicio pueda ser condicionado o restringido por cualquier texto de un rango inferior a la Constitución – o sea por la ley ordinaria, por la ley común. De acuerdo a Ayres Britto, la ley puede regular determinados aspectos de la actividad de la información, pero no puede hacerlo con la amplitud que tenía la ley ahora derogada. El más importante de los dos caballitos de batalla de la discusión (...) es la cuestión del derecho a réplica por él mencionado que exigiría una regulación (...)."[38]

[37] Id. ibid.

[38] Azêdo, Maurício. "Una lei dispensable". *Folha de S.Paulo* (5 de agosto de 2009).

Azêdo, apoyándose en la opinión de otro jurista, rechaza ese argumento: "Respecto a ésto, es útil conocer el pensamiento expuesto por un especialista en la materia, el juez de derecho Luis Gustavo Grandinetti Castanho de Carvalho (…) Destacó Grandinetti que, al estar inscripto en una norma constitucional, el derecho de respuesta tiene una aplicación inmediata, no dependiendo de ninguna reglamentación por ley. Su sustentación estaría en el Código Civil, en las disposiciones relacionadas conla obligación de hacer, en el Código de Proceso Civil, en lo concerniente a la concesión de tutela anticipada, y en el Código de Defensa del Consumidor, en los dispositivos pertinentes a la propaganda y a la contrapropaganda."[39]

Otro gran especialista en derecho de la comunicación, José Paulo Cavalcanti Filho, considera que la mejor manera de impedir decisiones arbitrarias por parte de los jueces es dejar que se ejerza sobre ellos el control social. El cree que el derecho a la privacidad y el derecho a la información, pueden coexistir en una sociedad y que se acabará llegando a un punto de maduración, para lo cual –en su opinión– van a contribuir decisiones en que indemnizaciones de valores muy altos impuestas por la Justicia a los medios de comunicación sean cumplidas, aunque sea al costo de la quiebra de las empresas. El cree que ésto puede ayudar a crear una empresa responsable.[40]

[39] Id., ibid.

[40] Cavalcanti Filho, José Paulo. Entrevista al autor (27 de mayo de 2009).

El periodista Márcio Chaer, que ha estudiado intensamente el tema,cita al juez de la Suprema Corte de los Estados Unidos, Oliver Wendell Colmes, autor de la célebre frase "ni la más rigurosa protección a la libertad de expresión daría abrigo a un hombre que falsamente gritara ¡fuego! En un teatro colmado y causase pánico", para garantizar refugio a quienes son víctimas de abusos cometidos por periodistas y medios de comunicación.[41]

La Constitución de 1988 dio lugar a compensación por daño moral y es probablemente justo y correcto que así haya sido., pero, replica Chaer, políticos, empresarios y jueces usan ese recurso para limitar la libertad de prensa. Muchos jueces, afirma, no sabe nada acerca de la prensa, ni sobre cómo funcionan los medios de comunicación, y es en esa ignorancia que tienen su orígen muchas decisiones equivocadas. Debido a que la prensa tampoco sabe mucho acerca del Poder Judicial y su funcionamiento, esa falta de conocimiento recíproco ayuda a generar las condiciones para los desencuentros que vienen ocurriendo. Ambas partes son arrogantes y prepotentes, y necesitan poder enfrentar de manera franca, abierta y leal los desacuerdos a los efectos de arribar a soluciones consensuadas.[42]

Chaer opina que no es difícil distinguir entre el *animus narranti* y el *animus injurianti* en un texto o material periodístico, o sea, identificar si lo que mueve al autor es la intención

[41] Chaer, Márcio. Entrevista al autor (22 de abril de 2009).
[42] Id., ibid.

de relatar hechos y acontecimientos o la de injuriar al objeto del material periodístico. “Es necesario comprobar la intención del dolo; la decisión del juez no puede fundarse únicamente en la interpretación subjetiva del supuesto ofendido”, sostiene.[43]

La abogada Taís Gasparian, que ha intervenido en decenas de casos de éste área, entiende que la solución para éstos problemas será una nueva ley (que ella admite que puede tardar años en ser aprobada y entrar en vigor), o jurisprudencia que defina los asuntos. En su opinión, hay cuatro factores que han contribuído a multiplicar éstas situaciones: la garantía dada por la Constitución de 1988 de la reparación del daño moral, la jurisprudencia que permite la compensación material al daño moral, la ampliación del acceso del ciudadano a la Justicia, y lo que ella llama “industria de las indemnizaciones”.[44]

Proceso educativo

Joaquim Falcão, de la Fundación Getulio Vargas de Rio de Janeiro, otro de los juristas que estudia estos temas en profundidad, dice que la oposición entre la libertad de prensa y el derecho a la privacidad y la honra, es “transgeográfico y transhistórico”, no una peculiaridad brasileña y actual; lo que cambia es únicamente el modelado institucional. “Con la de-

[43] Id., ibid.
[44] Gasparian, Taís. Entrevista al autor (2 de junio de 2009).

mocracia, la jurisprudencia deja de ser de reglas y pasa a ser de principios: pasa a hacerse la interpretación de principios y no de reglas. Cuando se acaban las reglas se pasa a los principios, siempre hay incertidumbre porque ningún principio es absoluto." Para él, lo judiciario, por lo tanto, administra incertidumbres. Pero si la duda fuera muy grande, ello puede redundar en inseguridad, cosa que no es buena para nadie.[45]

Como José Paulo Cavalcanti Filho, Falcão cree también que hay un proceso educativo conjunto que necesita ser desarrollado y que podrá resultar en una acomodación de esas incertidumbres actuales, en la disminución del grado de inseguridad. Também coincidindo con Cavalcanti Filho, Falcão acredita que as indenizações podem ter um papel pedagógico importante nesse processo. "La indemnización es para pagar a quien sufre el daño, no para proteger a quien lo provoca. No hay precedente en el mundo de la legislación, que ofrezca protección a quien provoca el daño. No se puede poner precio a la impunidad (sólo se puede sancionar hasta un monto en dinero)."[46]

Los casos de censura y la posibilidad de iniciarse la tramitación de una nueva legislación específica para la prensa en una sociedad en la que se ha alentado un caldo cultural e histórico para respaldar acciones de limitación de la libertad de prensa son factores que provocan preocupación en quien cree en la necesidad de preservarla, no como valor absoluto, sino

[45] Falcão, Joaquim. Entrevista ao autor (16 de julio de 2009).
[46] Id., ibid.

como principio fundamental e indispensable para la convivencia democrática.

Hay motivo para algún nivel de optimismo mientras que, por ejemplo, en la argumentación que el ministro Carlos Ayres Britos del STF ofreció al emitir su voto en la sesión que abolió la vigencia de la vieja ley de prensa, de acuerdo a como fue sintetizado por Walter Ceneviva: “Al decir de Ayres Brito, la prensa se substancia en el acto de comunicar, divulgar informaciones, el pensamiento y la percepción humana en general. Dimana de su importancia. `la permanente conciliación entre libertad y responsabilidad`. Cuanto más se afirma la igualdad de un pueblo, ‘más gana la libertad el tono de la responsabilidad de prensa’”.[47]

Esa confianza en la posibilidad de que el transcurrir del tiempo en la práctica de la democracia (“cuanto más se afirma la igualdad de un pueblo”), resultará en más “tono de responsabilidad” en la libertad de prensa, es un aspecto en común en los testimonios tomados para la elaboración de éste texto. Las personas que estudian más en profundidad las cuestiones de la libertad de expresión o de resarcimientos por los abusos que de ella se hacen, coinciden en la creencia de que ellas se podrán resolver con mayor facilidad con la maduración de la democracia en el país.

El hecho de que ellas estén preocupadas por el equilibrio entre principios que se contraponen es estimulante, por de-

[47] Ceneviva, Walter. “Ayres Brito e a imprensa”. *Folha de S.Paulo* (23 de maio de 2009).

mostrar que existe la comprensión de que dos derechos equivalentes y ambos deseables, compiten entre sí y deben ser preservados. Como dicen Paula Martins y Mila Molina, de la organización no gubernamental Artículo19: “[...] aún necesitamos profundizar nuestra comprensión acerca de temas que vienen siendo debatidos, interpretados y pacificados en otras partes. La censura previa debe ser prohibida, pero la reglamentación de la actividad de los medios no es censura; la reputación y la vida privada son derechos fundamentales que deben ser respetados, pero en caso de daño aún mayor al interés público, éste debe prevalecer; los medios deben tener libertad de acción, pero el ciudadano puede monitorear y cuestionar su acción, incluso, el Poder Judicial debe tener patrones claros para el análisis de los casos de supuesta violación de la libertad de expresión para que al proteger un derecho humano, no ignore otros; la libertad de prensa es una victoria de la democracia, pero está bajo la égida de la libertad de expresión, que es un derecho humano fundamental de cada individuo y, colectivamente, de la sociedad, y por lo tanto, la prensa que qeremos es una prensa en la que todos tienen voz: medios independientes, éticos , plurales y múltiples”.[48]

Es cierto que como ellas mismas también lo destacan, aún “falta en Brasil, renunciar a la polarización ideológica y encarar una discusión profunda sobre el tema, que supere los límites de los intereses creados en los casos específicos, y que

[48] Martins, Paula e Molina, Mila. “Liberdade de expressão e de informação”. *O Estado de S.Paulo* (28 de agosto de 2009).

produzca una definición clara de modelos con vistas a la acción judicial, que posibiliten la libre circulación de informaciones en un ámbito de seguridad jurídica y total respeto a todos los derechos humanos."[49] El simple hecho de que éste tipo de reflexión encuentre su espacio en el debate público, ya implica una señal positiva y reparadora.

"Una prensa responsable es, indudablemente, un objetivo deseable, pero la responsabilidad de la prensa no está determinada por la Constitución, y, como muchas otras virtudes, no se puede legislar sobre ella". Esta frase, de un juez de la Suprema Corter de los Estados Unidos (Warren Burger), quien no fue uno de los más ardientes defensores de la libertad de prensa en aquel país, sintetiza correctamente las dificultades de intentar regular, por medio de instrumentos legales, cuestiones de gran complejidad e infinitas minucias, aún mayores por el advenimiento de las nuevas tecnologías de comunicación.

Derecho a réplica

El derecho a réplica es una de ellas, y es es uno de los temas que más mobilizan a la sociedad en contra de los medios de comunicación y a favor de una ley que lo reglamente. La Constitución, en el artículo 5, inciso V, afirma que "está asegurado el derecho a réplica, proporcional al agravio, amén de indemnización por daño material, moral, o a la imagen".

[49] Id., ibid.

Pero, ¿cómo regularlo? ¿Cómo definir la proporcionalidad, comprobar el agravio, cuantificar el daño?

Por ejemplo, ¿cómo garantizar el derecho a réplica a un libro? La editorial debería publicar otros libros, escritos por aquellos que se sintieran perjudicados por el original o quisieran responder al mismo, con el mismo tiraje y el mismo número de páginas? Y si quinientas personas resolvieran escribir libros diferentes? ¿O mil? ¿O más? ¿Deben esas quinientas o mil personas ponerse de acuerdo y escribir un solo libro? Y, ¿en cuánto tiempo debe ser editado y puesto a disposición del público?

Si 50 personas sintiesen que sus intereses fueron perjudicados, por razones diversas, por un reportaje del diario, ¿debería el diario publicar reportajes con el mismo espacio, y con el mismo destaque? ¿Cómo obligar a un blog a transmitir la versión de quien se sintió aludido por un comentario del blogero o de algún comentarista? ¿Y si el blog, aunque en portugués y acerca de Brasil, es editado en el exterior? ¿Cómo van a compensar con el derecho a réplica, a los brasileños que probasen que algún material emitido por las emisoras de radio o TV extranjeras sintonizadas en Brasil, les causó problemas o algún daño?

Aquí, contrariamente al tema del resarcimiento financiero a las víctimas de la calumnia o de la difamación, eliminar estos impedimentos prácticos no significa proteger a quien transgredió la ley, porque publicar una opinión que no sea calumniosa o difamatoria no constituye un crimen. El punto es, ¿cómo permitir que otras opiniones encuentren espacio en el mismo medio que publicó la inicial?

Cuando ese medio de comunicación es la radio o la TV, en las que empresas privadas explotan comercialmente una concesión pública del espacio de radiodifusión que es un monopolio del Estado, tiene más sentido pensar en la interferencia del Estado para regular el derecho a respuesta. Cuando se trata de un periódico, una revista, o un blog, la cosa es muy diferente, y el derecho a respuesta a ser regulado por ley, pasa a ser una tesis mucho más difícil de justificar, a no ser por razones claramente ideológicas.

Aún en el caso de la radio o la TV, es complicado reglamentar ese punto de un modo que sea viable y mínimamente razonable. Véase el enorme daño causado a la democracia, en Brasil, por la furia legislativa igualitaria que obliga a las emisoras de radio y TV a invitar a todos los candidatos a un cargo electivo por mayoría, cuando promueve un debate electoral. Cualquier dueño de una divisa partidaria en alquiler, deberá estar presente al lado de líderes que realmente representan a sectores importantes de la sociedad, y el número de participantes en el debate puede ser muy grande, al punto de imnpedir a cada uno tomar la palabra por más de algunos minutos. ¿Qué utilidad política y social puede tener un debate de éstas características? Lo que ésta legislación hace, en la práctica (y la misma ahora también comprende a internet), es impedir la realización de debates electorales, e incentiva la creación de partidos fachada, creados por sus dirigentes con el único fin de obtener alguna ventaja personal cuando los medios de comunicaciones se propongan organizar éstos debates.

La experiencia internacional demuestra que éste tipo de arreglo forzado simplemente no funciona. En las elecciones

presidenciales de los Estados Unidos, hay decenas de inscriptos, pero los debates por la radio y la TV se limitan a dos, máximo tres de ellos, lo que los torna productivos Ninguno entre los candidatos sin expresión halla razonable acudir a la Justicia para obtener el derecho a estar presente, y no se sabe de ningún movimiento social que exprese el deseo de que ellos sean invitados.

Con respecto al derecho a réplica, la jurisprudencia en los Estados Unidos fue firmada en 1974, en el caso “Miami Herald vs. Tornillo”, cuando la Corte Suprema, en votación unánime, sepultó las tentativas de regularlo, en una decisión que dice:”La selección del material que aparece en un periódico (…) constituye un ejercicio de control y juicio editorial. Aún está por ser demostrado, de qué modo, en éste proceso crucial, la reglamentación gubernamental puede ser ejercida en consonancia con la garantía de la libertad de prensa asegurada por la Primera Enmienda”.

En Brasil, el problema del derecho a réplica, es una de las justificaciones más utilizadas por los defensores de una nueva legislación específica para la prensa. En la primera decisión relativa a éste tema, después de abolida la Ley de Prensa del régimen militar, el Supremo Tribunal Federal le concedió a la revista “Veja”, el semanario de mayor circulación del Brasil, garantizándole el derecho a no publicar, una sentencia judicial favorable a Eduardo Jorge Caldas Pereira, ex alto asesor del ex presidente del Brasil, Fernando Enrique Cardoso, quien había obtenido de la Justicia la decisión, basada en la derogada ley, de que la revista debía publicarla. Caldas Pereira anunció que recurrirá a una

acción de amparo, lo que permite prever una batalla en los tribunales.[50]

Caldo de cultura

El hecho es que hay, en nuestro país, una gran simpatía social por leyes que restrinjan la libertad de expresión. Porque en Brasil –y aquí somos iguales a casi todos los pueblos, aunque hayan algunos entre los que ese sesgo no sea tan intenso como entre nosotros– la mayoría de las personas está totalmente a favor de la absoluta libertad de expresión para su propio discurso, pero totalmemte contraria a ella, cuando se trata del discurso de sus oponentes, adversarios o enemigos.

Son muy raros los individuos, en cualquier lugar del mundo, que adoptan, de hecho, la tesis radical de otro juez de la Suprema Corte de los EUA, Hugo Black(1886-1971), éste si un defensor indiscutible de la libertad de expresión:"Mi opinión es, sin desvíos, sin excepción, sin ningún 'si, pero teniendo en cuenta´, que la libertad de expresión significa que no se puede hacer nada contra nadie por causa de las opiniones que tenga, los puntos de vista que exprese, o las palabras que profiera o escriba."

No ayuda de mucho hacer leyes. Claro que es mejor si existen para ayudar a garantizar la libertad de expresión, y nunca para recortarla. Simplemente no es suficiente para ga-

[50] Gallucci, Mariângela. "STF dá liminar à 'Veja' contra decisão judicial". *O Estado de S.Paulo* (10 de noviembre de 2009).

rantizarla. No obstante, ellas solas, no son suficientes para garantizarlas. Con o sin esas piezas jurídicas, la libertad existe y es mantenida únicamente cuando la sociedad así lo desea. El problema en éste país (Brasil), es que, en la actualidad, el grado de adhesión de la ciudadanía al concepta de libertad de expresión es muy débil. Es aquí, y solamente aquí, que reside el peligro.

La actitud de muchos (si no la mayoría) de los periodistas y de los medios de comunicación contribuye a debilitar la defensa ciudadana de la libertad de expresión. Arrogantes, poco dispuestos a reconocer errores, distantes de los intereses concretos de las personas comunes, elitistas, muchos acostumbran a maltratar a sus propios lectores o espectadores, que son los únicos que les pueden garantizar las supervivencia física y el ambiente propicio para ejercer su actividad.

En Brasil, existe un importante caldo de cultivo en contra de los medios. Ellos han sido históricamente, el chivo expiatorio de los brasileños para todas sus lacras sociales. La violencia aumenta porque la televisión la incita; las adolescentes se embarazan cada vez más, porque la televisión las induce a la sensualidad; los delincuentes no permanecen en la cárcel porque los periódicos defienden sus derechos, no así los de sus víctimas; mi candidato no fue electo porque los medios presentaron una imagen negativa de él, pero positiva de la de su adversario. Y así sucesivamente. Los medios son considerados culpables de todo aquello que es considerado negativo: la obesidad, la pornografía, la agresividad, la alienación, la ignorancia o la corrupción. Es cierto, que muchas veces, amén de la ya citada arrogancia, la baja calidad del material transmi-

tido por los medios de comunicación sirve de estímulo para éste tipo de actitudes. Pero es necesario tener el buen criterio de entender que la censura –siempre subjetiva y casuística– en nada va a contribuir a mejorar la calidad de esos contenidos.

La censura no es vista con antipatía por una parte considerable de los brasileños. Por el contrario, existe una difundida impresión de que ella es necesaria para corregir esas supuestas incorrecciones arriba mencionadas. Más censura significaría menos groserías en la televisión, mayor calidad en la radio, menos libertades nefastas de los periódicos. Por ésto, el incremento de las reglamentaciones de los medios por parte del Estado encuentra apoyo en vastos sectores de la población. No es por otra razón que recientes iniciativas del gobierno federal de la administración de Luiz Ignacio Lula da Silva en esa dirección, como el Ancinav (Agencia Nacional de Cine y Audiovisual) y el Consejo Federal de Periodistas, que pretendían aumentar el control sobre los medios, casi se concretaron. Fue necesario un gran esfuerzo de movilización de sectores influyentes (pero minoritarios), de la sociedad, y una conjunción de circunstancias políticas no relacionadas con esos procesos (que debilitaron a los grupos que dentro del gobierno federal más los defendían), para finalmente detenerlos. Pero el nivel de apoyo que esas tentativas de control obtuvieron de la sociedad es algo que debería despertar gran preocupación entre quienes defienden la necesidad de garantizar la libertad de expresión

La realización prevista para diciembre de 2009, de una conferencia nacional de comunicación, convocada por el go-

bierno federal y boicoteada por las entidades más importantes de las empresas del sector, sería una nueva oportunidad para intentar crear algún tipo de instrumento destinado a limitar la libertad de expresión. En lugar de participar del debate y defender sus puntos de vista, las asociaciones empresarias preferirán quedar fuera, y dejar el campo abierto a sus adversarios, en otra demostración de miopía política o real desinterés por la opinión pública.

Ya hay otras propuestas legales que van por caminos similares a los de Ancinav y el CFJ, aún en trámite, o en el inicio de su camino legislativo, tanto en el Poder Ejecutivo como en el Legislativo, el Judicial, y en las agencias regulatorias. Cualquier pretexto sirve para que aventuras con el objetivo final de limitar la libertad de expresión sean emprendidas. De la “Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria” a la “Casa Civil de la Presidencia de la República”, las dos casas del Congreso, en las “Asambleas Legislativas” y en las “ Cámaras Municipales” , iniciativas de todo tipo intentan limitar la libertad de expresión.

La convergencia de medidas, por ejemplo, de proyectos que dicen buscar la defensa de la producción y la cultura nacionales, o a impedir la aparición de monopolios u oligopolios, pero que a fin de cuentas, probablemente resultarán en un mayor control estatal sobre la actividad de la comunicación. La irresponsable difusión por parte de la prensa, de material producido por pinchaduras ilegales y revelados a los medios de comunicación por las propias autoridades, con el fin de beneficiar a sus propios grupos en las disputas intestinas de poder, ya originó un proyecto de ley para modificar el

artículo del Código Penal de modo de volver más severas las penas a quienes violaran el secreto de información. Tal justificación, aparentemente razonable, tiene entre sus blancos a los medios de comunicación, ya que los incluye entre quienes pueden ser sancionados con pena de prisión de sus responsables por divulgar el contenido de esas informaciones obtenidas ilegalmente. Nada más justo de que el Estado se equipe para impedir que sus secretos sean ilegalmente revelados. Pero nada más absurdo que intentar privar de su libertad a quienes transmitan esos secretos al público, dado que no fueron ellos quienes cometieron el delito de quebrantar el secreto. Sería como encarcelar a los editores del "New York Times" junto con Daniel Elsberg, el funcionario del pentágono que les entregó los documentos acerca de la guerra en el sudeste asiático que probaban que la sociedad americana venía siendo engañada, hacía años, por los sucesivos gobiernos que le mentía acerca de la situación militar en aquella región del mundo. En éste caso específico, ni siquiera Elsberg terminó cumpliendo pena de prisión.

También en la estela de la irritación pública, están las exageradas pinchaduras, y otra iniciativa legal con vistas a eliminar de la Constitución uno de sus mayores logros: la garantía otorgada a los periodistas de poder mantener el secreto de sus fuentes. Ese es un aspecto de la legislación en el que Brasil es superior a los EUA, país en el que distintos periodistas han cumplido pena de prisión por negarse a revelar a la justicia la identidad de quienes les aportaron determinadas informaciones de interés público, y donde ha crecido un movimiento que busca incluir en la legislación el derecho a mantener el

secreto de la fuente, de modo similar al que se aplica a las conversaciones entre abogado y cliente.

El secreto de la fuente es absolutamente vital para el ejercicio pleno de la actividad periodística. Sin él, será prácticamente imposible, por ejemplo, denunciar casos de corrupción. Está claro que –así como con todos los demás– ese derecho necesita ser ejercido con responsabilidad, cosa que muchas veces no ha ocurrido en éste país. En éste tópico, como en muchos otros, la solución no radica en el aumento de los poderes estatales para juzgar dónde fijar los límites de la responsabilidad.

Conclusión

La autorregulación es la mejor solución, la más legítima y eficaz, para ésta y otras situaciones. Una nueva ley de prensa aumentaría la confusión e inseguridad jurídicas. Desgraciadamente, y como subproducto de la ya mencionada actitud de arrogancia de los comunicadores, quienes también son capaces de adoptar las peores prácticas de un exagerado espíritu de cuerpo, no se vislumbran muchas señales de disposición de su parte para autorregularse rigurosamente, antes que el estado encuentre suficiente apoyo social y político para hacerlo. Incluso iniciativas simples, como la institución de auditorías públicas o el nombramiento de "ombudsman", son rarezas en los medios de comunicación brasileños (se cuentan con los dedos de la mano los que lo han hecho).

Con excepción del Conar (Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria),[51] que ha sido razonablemente capaz en impedir abusos en el área de la publicidad, periodistas, locutores, cineastas y empresarios del sector, no han sido ejemplo de autocontrol, y han abierto resquicios para que los ciudadanos soliciten la intervención estatal. Incluso la publicidad, que ha tenido buenos resultados en lo atinente a éste requisito, enfrenta el asedio cada vez más persistente y agresivo de las agencias gubernamentales relacionadas con la salud, la infancia, la educación y otras áreas, para imponerle restricciones que muchas veces están lejos de ser aceptables para el sentido común.

Aparte de la autorregulación, también la madurez democrática puede funcionar bien en superar los actuales impasses provocados por los abusos, tanto de jueces como de periodistas. Se habla mucho de la necesidad de crear instrumentos de "control social" de los medios, pero éstos ya existen, y son puesto en práctica por la justicia y el mercado. Los medios que actúen de modo arrogante, calumnien y difamen, pueden ser castigados por las leyes vigentes y por el público, que dejará de consumirlos. Una sociedad civil fuerte, que crea en la necesidad de una prensa libre y responsable, encontrará los medios de solicitar a jueces y periodistas a obrar de modo comedido y racional.

[51] El Conar fue creado en 1980 por las agencias publicitarias y por las entidades de clase de empleadores y trabajadores del ramo para juzgar, con el poder de castigar casos de abuso o error de las campañas publicitarias consideradas perjudiciales para el consumidor y a la sociedad.

En este sentido, puede ser saludable la acción de entidades civiles, organizaciones no gubernamentales, que convoquen a ciudadanos interesados en temas sociales comunes a ellos (derechos de las minorías, preservación del medio ambiente, defensa de la enseñanza o de la salud pública, por ejemplo), a presionar sobre los medios de comunicación cuando se sintieren perjudicados por la cobertura que ellos hacen de los asuntos de su preferencia.

Es evidente que la difusión de Internet ayuda al trabajo y la organización de estos grupos, cosa que probablemente obligará a los medios de comunicación a ser más cuidadosos y esmerados, vigilantes en su práctica, en beneficio de toda la sociedad. Lo que resulta inadmisible es que el estado intente crear mecanismos que pretendan hablar en nombre de toda la sociedad y que probablemente serán aprovechados rápidamente por partidos o facciones políticas para vigilar la actuación de la prensa.

También en éste caso, la madurez de la convivencia democrática, definirá los límites de la Intervención del estado, y forzará a accionar instrumentos de autorregulación, en defensa de su propia supervivencia.

LOS AUTORES

Bernardo Sorj - Director del Centro Edelstein de Investigaciones Sociales y profesor de sociología de la Universidad Federal de Río de Janeiro. Formado en Historia de Israel por la Universidad de Haifa y Ph.D. en sociología por la Universidad de Manchester. Fue profesor visitante en varias universidades europeas y de los Estados Unidos. Autor de 23 libros publicados en varios idiomas, entre los libros más recientes se incluyen: *El Desafío Latinoamericano* (con Danilo Martuccelli, Siglo XXI, 2008), *La Democracia Inesperada* (Prometo/ Bonagno, 2004) y *Judaísmo para Todos* (Siglo XXI, 2009).

Fernando Ruiz - Profesor de Periodismo y Democracia, e Historia de la Comunicación, de la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral. Elabora cada semestre un informe de Indicadores de Periodismo y Democracia a Nivel

Local en América Latina, en conjunto con la fundación CADAL. Su último libro es *El Señor de los Mercados. Historia del diario Ámbito Financiero*.

Philip Kitzberger - Philip Kitzberger es Investigador del Conicet y Profesor del Departamento de Ciencia Política y Estudios Internacionales de la Universidad Torcuato Di Tella. Doctor en Filosofía (UBA) y Licenciado en Ciencia Política (UBA). Realizó sus estudios doctorales en la Universidad de Colonia (Alemania). Investiga en temas de medios y política y teoría política contemporánea.

Omar Rincón - Profesor Asociado Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia. Director de Competencia en Comunicación de la Fundación Friedrich Ebert www.c3fes.net. Crítico de medios de El Tiempo. Blogger de lasillavacia.com. Publicó Narrativas mediáticas, o cómo cuenta la sociedad del entretenimiento, Gedisa, Barcelona, 2006; Editor de Telepresidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia, C3FES, Bogotá, 2008; editor de Entre saberes desechables y saberes indispensables [agendas de país desde la comunicación]. Bogotá: C3FES, Bogotá, 2009.

Ana Lucia Magrini - Politóloga de la Universidad Católica de Córdoba en espera de ser comunicadora en la Maestría en Comunicación de la Universidad Javeriana. Blogger de lasillavacia.com. Doctorando en Semiótica, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

Carlos Eduardo Lins da Silva – Licenciado, maestro, doctor y libre-docente en Comunicación, es el ombudsman del diario *Folha de S.Paulo* y editor de la Revista *Política Externa*. Fue profesor de periodismo en las universidades de San Pablo y la Católica de Santos y professor visitante en las universidades Federal do Rio Grande do Norte, Texas, Georgetown Michigan State.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 5

FRONTERAS MÓVILES: CAOS Y CONTROL
EN LA RELACIÓN ENTRE MEDIOS
Y POLÍTICOS EN AMÉRICA LATINA 17
Fernando Ruiz

GIRO A LA IZQUIERDA, POPULISMO
Y ACTIVISMO GUBERNAMENTAL
EN LA ESFERA PÚBLICA MEDIÁTICA
EN AMÉRICA LATINA 61
Philip Kitzberger

MEDIOS, PODER Y DEMOCRACIA
EN AMÉRICA LATINA

…de celebrities políticas, poderes mediáticos
y democracias de simulación 101
Omar Rincón y Ana Lucía Magrini

CENSURA JUDICIAL DE LA PRENSA EN EL BRASIL
AUTORREGULACIÓN Y MADUREZ DEMOCRÁTICA ... 139
Carlos Eduardo Lins da Silva

LOS AUTORES 191